

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

L'« EFFORT JOURNALISTIQUE ORIGINAL » LORS DE LA COUVERTURE DE LA  
CAMPAGNE ÉLECTORALE MUNICIPALE DE 2013 À MONTRÉAL PAR LA PRESSE  
FRANCOPHONE

MÉMOIRE  
PRÉSENTÉ  
COMME EXIGENCE PARTIELLE  
DE LA MAÎTRISE EN COMMUNICATION

PAR  
RACHEL DEL FANTE

SEPTEMBRE 2016

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL  
Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de ce mémoire se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 – Rév.01-2006). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire.»

## REMERCIEMENTS

La rédaction d'un mémoire de maîtrise demande par-dessus tout de la discipline et de la détermination. Les embûches, les remises en question et les impasses sont nombreuses, inévitables et nécessaires pour que le travail accompli prenne tout son sens. Bien qu'il s'agisse d'un processus essentiellement solitaire, je n'aurais toutefois pu surmonter les défis des deux dernières années sans plusieurs personnes inestimables.

Mes premiers remerciements vont à ma directrice Chantal Francoeur. Elle m'a non seulement encouragé à poursuivre des études à la maîtrise, mais m'a soutenue tout au long de mon cheminement. Par sa grande intuition, elle a su donner un sens à mes interrogations. Ses conseils et critiques constructives ont été déterminants dans la réalisation de mon mémoire. Son expérience à la fois humaine et professionnelle fait d'elle une directrice d'exception.

Une reconnaissance toute particulière s'adresse également à ma famille et mes amis, dont le soutien et l'écoute ont été essentiels durant ce processus. J'aimerais remercier spécialement mes parents de m'avoir encouragée à suivre mon intuition et à me faire confiance, sans mentionner l'aide précieuse qu'a représentée leur appui financier.

## AVANT-PROPOS

Ce mémoire est l'aboutissement d'une réflexion qui a germé lorsque j'ai commencé à travailler comme coordonnatrice dans la salle de nouvelles de l'Agence QMI, durant l'été précédant ma troisième année de baccalauréat en journalisme à l'Université du Québec à Montréal (UQAM). J'avais pour rôle d'assister le chef de pupitre dans ses fonctions, alors qu'il faisait le pont entre les différents médias de l'entreprise. En plus des textes produits par l'Agence QMI, la majorité des textes des autres médias y transitait avant d'être partagée sur le fil de presse. Ma position me permettait d'observer le fonctionnement de la collaboration entre plusieurs salles de nouvelle, les décisions prises par les chefs de pupitre et chefs de nouvelles en fonction des effectifs disponibles et les variations dans la couverture de l'actualité par des journalistes télé, radio ou écrit, selon le public auquel ils s'adressaient (régional ou provincial).

Si la crise des médias avait semblé lointaine dans le confort des salles de classe où les rouages du journalisme sont enseignés dans des conditions idéales, elle était devenue bien réelle sans que je puisse la saisir. Tout en sachant que je voulais poursuivre ce métier, je doutais d'avoir les connaissances et les réflexes nécessaires pour bien le pratiquer. J'avais besoin de comprendre, de justifier et de réfléchir au fonctionnement des médias. Cette ambition s'est d'ailleurs confirmée lorsque je suis devenue journaliste pour le *24 Heures* et que j'ai été amenée à couvrir la campagne électorale municipale de 2013 à Montréal. Sur le terrain, j'ai dû me familiariser avec le fait de faire plusieurs tâches en même temps. Je devais parfois tweeter, envoyer des courriels, prendre des photos, poser des questions et rédiger la première



version d'un texte, tout en couvrant un point de presse. J'ai compris l'aide que pouvaient fournir les relationnistes dans certains cas, mais aussi l'influence qu'ils pouvaient avoir sur la couverture de l'actualité, si l'on n'était pas assez critique et curieux. Par-dessus tout, j'ai compris que les conditions de travail en journalisme étaient difficiles et qu'il était important de comprendre ses principes de base pour bien l'exercer.

J'ai d'abord écrit un projet de mémoire qui interrogeait l'influence des relations publiques sur la couverture médiatique de l'actualité. En discutant avec ma directrice de mémoire, Chantal Francoeur, il est toutefois ressorti que je m'intéressais plutôt à l'essence de la démarche journalistique et en quoi celle-ci se démarquait des relations publiques et des autres formes de communication. Dans les limites d'un corpus, j'ai donc étudié les actions concrètes que les journalistes posent dans le cadre de leur travail. Ce qui d'abord devait être une analyse des traces de relation publique dans les articles a ainsi laissé place à une analyse des traces de démarche journalistique laissées par les journalistes dans leurs articles. En répondant à mes propres interrogations, je crois non seulement que ce mémoire contribue de façon originale à la recherche en communication, mais qu'il a le potentiel de revaloriser le rôle des journalistes aux yeux du public dans notre système démocratique.

## TABLE DES MATIÈRES

AVANT-PROPOS.....	iii
LISTE DES TABLEAUX .....	viii
LISTE DES ABRÉVIATIONS, SIGLES ET ACRONYMES .....	x
RÉSUMÉ.....	xi
INTRODUCTION .....	12
CHAPITRE I.....	19
PROBLÉMATIQUE .....	19
1.1 Question de recherche principale .....	28
1.2 Hypothèse principale.....	28
1.3 Objectifs de recherche.....	30
CHAPITRE II.....	33
CADRE THÉORIQUE ET CONCEPTUEL .....	33
2.1 La responsabilité sociale des journalistes.....	33
2.2 L'« effort journalistique original » .....	42
2.3 Sous question 1.....	52
2.4 Sous hypothèse 1.....	52
2.5 Sous question 2.....	53
2.6 Sous hypothèse 2.1.....	53
2.7 Sous question 3.....	53
2.8 Sous hypothèse 3.1.....	53
2.9 Sous hypothèse 3.2.....	54
2.10 Sous hypothèse 3.3.....	54
2.11 Sous hypothèse 3.4.....	54
CHAPITRE III.....	56
MÉTHODOLOGIE .....	56
3.1 Présentation générale .....	56
3.2 Étude de cas : la campagne électorale municipale de 2013 à Montréal .....	56
3.3 Terrain, échantillonnage et corpus.....	62

3.4 Portrait des quotidiens .....	65
3.4.1 <i>Le Journal de Montréal</i> .....	65
3.4.2 <i>La Presse</i> .....	66
3.4.3 <i>Le Métro</i> .....	67
3.4.4 <i>Le Devoir</i> .....	68
3.4.5 Différences entre les quotidiens .....	68
3.5 Déroulement de l'analyse qualitative.....	69
3.5.1 Les éléments de démarche journalistique et l'« effort journalistique original » .....	70
3.5.2 Les sources .....	73
3.5.3 Éléments particuliers et leur traitement.....	76
3.5.4 Les genres journalistiques.....	84
3.5.5 Les sujets traités.....	85
3.6 Déroulement de l'analyse quantitative .....	87
CHAPITRE IV .....	90
ANALYSE DES RÉSULTATS .....	90
4.1 Présentation de la proportion d'articles par quotidien qui contient des éléments d'« effort journalistique original » par rapport au nombre total d'articles portant de façon significative sur la corruption .....	92
4.2 Présentation de la proportion d'éléments d'« effort journalistique original » par rapport au nombre total d'éléments de démarche journalistique qui ont été repérés lors de l'analyse des articles portant de façon significative sur la corruption.....	94
4.3 Présentation de la proportion d'éléments d'« effort journalistique original » par rapport au nombre total d'éléments de démarche journalistique <i>principale</i> ..	96
4.3 Présentation de la forme sous laquelle l'« effort journalistique original » a été présenté.....	98
4.3.1 Présentation des éléments de démarche journalistique spécifiques qui consiste en un « effort journalistique original » dans les quotidiens .....	99
4.3.2 Présentation des sources citées par démarche journalistique et selon l'« effort journalistique original » présenté dans les quotidiens .....	101
4.3.3 Présentation des genres journalistiques des articles par démarche journalistique et selon l'« effort journalistique original » .....	106



4.3.4 Présentation des sujets des articles par démarche journalistique et selon l'« effort journalistique original » .....	111
CHAPITRE V .....	118
DISCUSSION .....	118
5.1 Une proportion d'« effort journalistique original » élevée .....	118
5.2 Des différences entre les quotidiens .....	128
L'« effort journalistique original » demeure minimal.....	131
5.3 Les limites de notre recherche .....	135
5.4 Ce qu'il faut retenir de notre analyse .....	138
CONCLUSION .....	140
5.5 Pistes de recherche.....	144
APPENDICE A .....	147
Exemple de la méthode d'identification des traces de démarche journalistique....	147
APPENDICE B .....	148
Exemple de tableaux servant à la qualification des articles.....	148
APPENDICE C .....	149
Exemple de tableaux servant à la quantification de données recueillis dans les articles .....	149
BIBLIOGRAPHIE.....	150
Livres.....	150
Mémoires et thèses.....	152
Chapitres de livres .....	153
Articles de périodiques .....	154
Acte de colloque .....	158
Articles de journaux.....	158
Sites internet .....	161
Articles de loi .....	162
MÉDIAGRAPHIE .....	164

## LISTE DES TABLEAUX

Tableaux	Page
3.1 Grille d'analyse et de codage des sources citées.....	p.70
3.2 Grille d'analyse et de codage pour la qualification et la quantification des traces de démarche journalistique présentées dans les articles.....	p.72
3.3 Grille d'analyse des genres journalistiques.....	p.83
3.4 Grille d'analyse des sujets traités.....	p.84
4.1 Portrait de la présence d'« effort journalistique original » dans les quotidiens...	p.89
4.2 Portrait des éléments de démarche journalistique dans les quotidiens.....	p.92
4.3 Portrait des éléments de démarche journalistique <i>principale</i> .....	p.94
4.4 Portrait des éléments d'« effort journalistique original ».....	p.96
4.5 Portrait des sources citées par démarche journalistique.....	p.99
4.6 Portrait des sources citées selon l'« effort journalistique original » .....	p.101
4.7 Portrait des genres journalistiques par démarches journalistiques.....	p.103
4.8 Portrait du genre journalistique des articles par démarche journalistique <i>principale</i> .....	p.105
4.9 Portrait des genres journalistiques par quotidiens.....	p.106
4.10 Portrait des genres journalistiques selon l'« effort journalistique original »...p.	107
4.11 Portrait des sujets traités par démarche journalistique principale.....	p.109
4.12 Portrait des sujets traités selon l'« effort journalistique original » comme démarche journalistique principale.....	p.112



## LISTE DES ABRÉVIATIONS, SIGLES ET ACRONYMES

AMF	Autorité des marchés financiers
CEIC	Commission sur l’octroi et la gestion des contrats publics dans l’industrie de la construction ou commission Charbonneau
DGEQ	Directeur général des élections du Québec
FPJQ	Fédération professionnelle des journalistes du Québec
FTQ	Fédération des travailleurs et des travailleuses du Québec
PRC	<i>Pew Reserch Center</i>
PEJ	<i>Project for Excellence in Journalism</i> du <i>Pew Reserch Center</i>
TIC	Technologies de l’information et des communications
UQAM	Université du Québec à Montréal

## RÉSUMÉ

La campagne électorale municipale de 2013 à Montréal donnait la possibilité d'un renouveau démocratique au sein d'une mairie affectée par des scandales de corruption qui se multipliaient depuis 2009. Cet enjeu, qui est inhérent à celui de l'intégrité des candidats, était à l'avant-plan de l'actualité. Le contexte particulier de cette campagne mettait à l'épreuve la capacité des journalistes à couvrir un enjeu d'intérêt public en profondeur. Ce mémoire expose comment quatre quotidiens montréalais francophones (*La Presse*, *Le Journal de Montréal*, *Le Métro* et *Le Devoir*) ont offert à leurs lecteurs des articles découlant d'« efforts journalistiques originaux » dans leur couverture de cet enjeu. Nous avons proposé d'identifier, quantifier et qualifier l'« effort journalistique original », en analysant les traces de démarche journalistique observables dans les articles. Notre analyse a révélé une présence plus importante que celle anticipée d'« efforts journalistiques originaux » qui avaient contribué à mettre en contexte des nouvelles et à produire des enquêtes. Ces « efforts journalistiques originaux », se démarquent des autres formes de démarche journalistique, mais sont empreints des tendances observées dans le journalisme de presse quotidienne.

Mots clés : enterprise reporting, original reporting, effort journalistique original, campagne électorale, élections, journalisme, politique, médias québécois, stratégie de communication, relations publiques

## INTRODUCTION

En août 2013, le candidat à la mairie de Montréal Denis Coderre annonce par communiqué qu'une équipe complète formée « uniquement d'élus » se présentera sous sa bannière aux élections municipales de novembre dans Saint-Léonard. Selon le communiqué de presse, il est « extrêmement fier » de cette équipe qui compte entre autres Robert L. Zambito<sup>1</sup>. Il n'est jamais mentionné que l'équipe est entièrement composée d'élus d'Union Montréal, le parti au pouvoir et le plus touché par les scandales de corruption à Montréal. Ce sont les médias qui le soulignent, indiquant même que l'Équipe Denis Coderre est le parti qui compte le plus de candidats provenant d'Union Montréal<sup>2</sup>. Confronté à ce fait saillant en pleine campagne électorale, Denis Coderre « assure qu'il a fait le nécessaire pour s'assurer de l'intégrité des 24 anciens élus d'Union Montréal qu'il a recrutés au sein de son équipe », écrit *La Presse*, le 25 octobre 2013. Le politicien déclare en entrevue éditoriale avec la journaliste Daphné Cameron : « J'avais des avocats, il y a eu des questionnaires à remplir, des entrevues, et après, il y avait le filtre Coderre. Je les regardais dans les yeux et je leur parlais »<sup>3</sup>.

À peine cinq jours plus tard, Radio-Canada révèle qu'un candidat de l'Équipe Denis Coderre aux élections dans Saint-Léonard, Robert L. Zambito, fait l'objet d'une

---

<sup>1</sup> Équipe Denis Coderre (2013). «Une « équipe dans l'équipe » : Denis Coderre présente ses candidats dans Saint-Léonard», Équipe Denis Coderre, 9 août.

<sup>2</sup> Normandin, Pierre-André (2013). «Bissonnet avec l'Équipe Coderre», *La Presse*, p.A13 ; *Le Devoir* (2013). «Élections municipales - Coderre rafle tous les élus de Saint-Léonard», *Le Devoir*, 10 août, p. A3.

<sup>3</sup> Cameron, Daphné (2013). «Un "filtre Coderre" pour l'intégrité», *La Presse*, vendredi 25 octobre, p.A6



enquête policière pour avoir été mêlé à une histoire de pot-de-vin. Le réseau public mentionne également qu'il a démissionné à la demande du maire Coderre, après que ce dernier eut été informé de la nouvelle par le module *Enquête* de Radio-Canada<sup>4</sup>. Les journalistes d'*Enquête* ont ainsi démontré que le « filtre Coderre » n'était pas aussi efficace que l'avait soutenu le candidat. Le lendemain, ses adversaires réagissent à la nouvelle l'un après l'autre en point de presse. La nouvelle est reprise par tous les médias montréalais et devient le point central d'une soirée de débats entre les chefs des partis dans la course montréalaise diffusée à LCN<sup>5</sup>.

L'exemple a été choisi parce qu'il est évocateur du rôle déterminant que jouent les journalistes dans l'espace public et de l'importance qu'ils demeurent libres et indépendants. Le rôle des journalistes est de donner aux citoyens l'information dont ils ont besoin pour se faire une opinion éclairée des enjeux de société et qu'ils puissent ensuite s'exprimer en connaissance de cause (Gingras, 2009, p.13-14). Pour remplir ce rôle au nom des citoyens, les journalistes doivent tendre le plus possible vers la vérité lorsqu'ils présentent les faits. Cette vérité est dégagée « à partir du moment où elle est l'objet d'un message dont le contenu peut être reçu, discuté, interprété, vérifié et éventuellement modifié » (Saint-Jean, 1993, p.51). Autrement dit, « une opinion éclairée se forme au contact d'un vaste éventail de points de vue » rendu possible par la liberté d'expression (Gingras, 2009, p.40). Ces principes

---

<sup>4</sup> Gravel, Alain (2013). Allégations de pots-de-vin : un candidat de Coderre se fait montrer la porte, Radio-Canada [En ligne] : <http://ici.radio-canada.ca/sujet/Elections-Montreal-2013/2013/10/29/005-demission-robert-zambito-saint-leonard-allegations-equipe-denis-coderre.shtml> (page consultée le 10 décembre 2015)

<sup>5</sup> Brousseau-Pouliot, Vincent (2013). «Le débat Zambito : la démission du candidat de l'Équipe Coderre a monopolisé les échanges hier», La Presse, mercredi 30 octobre, p.A13

de liberté et de vérité sont présentés dans les guides déontologiques sous la forme de l'objectivité, l'impartialité, l'équité, l'intégrité et le respect des droits fondamentaux des personnes (Saint-Jean, 1993, p.49). Les journalistes doivent appliquer ces principes avec rigueur dans leur démarche de récolte et de vérification de l'information (Kovach et Rosentiel, 2014, p.98). Cette démarche, qui peut prendre plusieurs formes, est l'essence de ce qui sépare le journalisme du divertissement, de la propagande et de la fiction ou de l'art (*Ibid.*, p.99). Le public doit pouvoir l'observer pour être en mesure de juger de la validité de l'information qui lui est présentée (*Ibid.*, p.114).

Lorsqu'ils couvrent un enjeu de l'actualité, les journalistes doivent d'abord informer les citoyens des propos des politiciens, puisqu'ils ont des comptes à rendre à la population (McChesney, 2003, p.303). Cela est d'autant plus important en campagne électorale, « puisqu'il s'agit d'une période décisive où l'électorat exprime sa volonté sur la façon dont il souhaite être dirigé » (Dornan, 1991, p. 167). Or, « les politiciens élus doivent être surveillés rigoureusement, dans une mesure qui ne peut être uniquement déterminée par leur opposition élue » [Notre traduction] (McChesney, 2003, p.303). Seulement rapporter leurs propos, même si cela est fait avec esprit critique, ne suffit pas. Les journalistes doivent aussi se positionner en chien de garde de la démocratie.

Pour revenir à notre exemple, Daphné Cameron et les journalistes d'*Enquête* ne se sont pas contentés de rapporter l'annonce officielle de Denis Coderre. Ils ont mis en perspective les faits et ont fait réagir Denis Coderre. À l'opposé de lorsqu'ils rapportent le contenu d'une conférence de presse ou d'un communiqué, ils ont entrepris de dévoiler des faits nouveaux en effectuant de la recherche et en menant



des entrevues. Ils ont fait de l'*enterprise reporting* (Kovach et Rosentiel, 2014; PEJ, 2010), une expression que nous avons proposé de traduire par « effort journalistique original ». Ils l'ont démontré aux lecteurs en laissant des traces de leur démarche qui ne se limitait pas à avoir relu un communiqué de presse. Dans ce mémoire, notre approche consistera à saisir la manière dont les médias ont offert à leurs lecteurs des articles caractérisés par des « efforts journalistiques originaux » dans le cadre d'une campagne électorale. Il s'agit d'un moment essentiel en démocratie qui permet, selon nous, de saisir l'essence du journalisme. Nous nous pencherons sur la couverture de l'enjeu de la corruption lors de la campagne électorale municipale de 2013 à Montréal par quatre quotidiens montréalais francophones, soit *La Presse*, *Le Devoir*, *Le Journal de Montréal* et *Le Métro*.

Le premier chapitre sera consacré à notre problématique. Nous aborderons le point de vue d'auteurs qui ont étudié la couverture médiatique de différentes campagnes électorales. Nous verrons quelles sont les stratégies des journalistes pour tenter de remplir leurs responsabilités en période électorale. En contrepartie, nous verrons comment la réalité des médias est complexe et les fonctions des journalistes exercées de manière imparfaite. Nous situerons ensuite notre approche à travers celle d'auteurs qui ont étudié la démarche journalistique et plus précisément l'« effort journalistique original ». Nous exposerons notre question, notre hypothèse et nos objectifs de recherche. Nous expliquerons enfin l'originalité et la pertinence de ce mémoire qui consistent à analyser la démarche journalistique observable à l'intérieur des limites que présente un corpus pour en dégager les éléments d'« effort journalistique original ».

Le deuxième chapitre sera consacré à la construction de notre cadre théorique. Nous définirons les concepts clés nécessaires à la compréhension de notre approche. Nous commencerons par établir quel est le rôle des journalistes dans l'espace public, pourquoi ils doivent demeurer libres pour remplir ce rôle et quelle est leur fonction de chien de garde de la démocratie. Ces concepts sont à la base de la pertinence de notre mémoire. Nous expliquerons ensuite comment le rôle de chien de garde est directement lié à la démarche journalistique, plus particulièrement à l'« effort journalistique original », étant à la source de ce qui différencie le journalisme des autres formes de communication. Nous préciserons ensuite quelle est la différence entre la démarche journalistique et l'« effort journalistique original », ainsi que la différence entre l'« effort journalistique original » et le journalisme d'enquête au sens large. L'explication de chaque concept dans cet ordre déterminé tracera la voie à la logique derrière l'approche employée pour répondre à notre question de recherche.

Le troisième chapitre sera consacré à notre méthodologie et aux outils qui ont été choisis dans le but de répondre à notre question de recherche. Nous débiterons en exposant la pertinence du cas soumis à l'étude, soit la couverture de la campagne électorale municipale de 2013 à Montréal par quatre quotidiens montréalais francophones (*La Presse*, *Le Devoir*, *Le Journal de Montréal* et *Le Métro*). Nous dégagerons le type de cueillette de données retenu, soit l'analyse de presse. Nous détaillerons notre échantillonnage et comment nous avons circonscrit notre corpus. Nous justifierons notre motivation à nous tourner vers les quatre quotidiens choisis et en quoi leurs différences rendent l'analyse encore plus intéressante. Nous expliquerons ensuite comment nous avons utilisé nos quatre grilles d'analyse pour identifier, puis quantifier et qualifier l'« effort journalistique original », afin de répondre à nos questions de recherche et valider nos hypothèses. En exposant la

pertinence de ces outils, nous expliquerons plus en profondeur comment nous nous les sommes appropriés pour les ajuster à la particularité de notre corpus et de certains éléments problématiques rencontrés en cours d'analyse.

Dans notre quatrième chapitre, nous exposerons comment nous avons appliqué la méthodologie présentée précédemment à notre corpus. Nous ferons état de la proportion d'éléments d'« effort journalistique original » dans les articles présentés par les différents quotidiens montréalais. Nous comparerons ensuite ce nombre d'éléments avec le nombre d'éléments d'autres formes de démarche journalistique présentés par les quotidiens. Nous détaillerons ensuite quelle forme a pris plus spécifiquement l'« effort journalistique original » présenté. Nous tenterons de détailler les types d'entrevue et de recherche que les journalistes ont menés et dans quelle proportion. Nous qualifierons ensuite l'« effort journalistique original ». présenterons comment il se caractérise et se démarque des autres formes de démarche journalistique à travers les sources citées, les genres journalistiques et les sujets des articles. Nous mentionnerons également certains faits saillants au fur et à mesure de la présentation des résultats, dans le but d'ouvrir la voie à la discussion.

Dans le cinquième chapitre, nous interpréterons enfin les résultats exposés au quatrième chapitre. Nous nous concentrerons sur trois faits saillants. Nous traiterons d'abord du fait qu'un scandale qui porte sur un enjeu d'intérêt public difficile à exposer peut non seulement avoir pour effet d'augmenter la couverture médiatique de cet enjeu, mais d'augmenter aussi la production d'articles contenant des éléments d'« effort journalistique original ». Nous nous intéresserons aux différentes dynamiques et modèles économiques des médias pouvant expliquer les différences entre les quotidiens dans leur présentation d'éléments d'« effort



journalistique original ». Enfin, nous expliquerons en quoi l'« effort journalistique original » se démarque des autres formes de démarche journalistique et comment il demeure similaire aux tendances observées dans le journalisme de production quotidienne. Ce dernier point nous mènera à rappeler en quoi le journalisme par sa démarche se démarque des autres formes de communications. Nous soulignerons aussi la raison fondamentale pour laquelle les journalistes doivent faire part de leur démarche à leurs lecteurs.

## CHAPITRE I

### PROBLÉMATIQUE

Peu d'événements bénéficient d'une couverture journalistique aussi étendue qu'une campagne électorale. Les médias concentrent énormément de ressources sur ce moment démocratique déterminant (Kovach et Rosentiel 2009 ; Fletcher et Everett, 1991). Pour les élections, les médias organisent habituellement un pupitre spécial composé d'un ou de plusieurs rédacteurs (Gildsdorf et Bernier, 1991, p.20). Les médias qui ne peuvent former d'équipes spéciales affectent des journalistes à suivre les partis à tour de rôle ou les affectent en priorité à la campagne (*Ibid.*, p.22-23). Les réseaux de télévision présentent des émissions spéciales et les journaux réservent chaque jour des sections pour l'actualité électorale (*Ibid.*). Cette attention médiatique a pour but de fournir les outils nécessaires aux électeurs pour voter. Le rôle essentiel des élections dans le processus démocratique et l'intérêt qu'elles suscitent dans la population engagent les journalistes dans une couverture quotidienne, durant laquelle les politiciens ont un statut privilégié comme sources d'informations (Cormier, 1991, p.33).

Les journalistes ont deux responsabilités principales en période électorale. Ils doivent d'abord décrire les annonces de chacun des partis et comparer les programmes, en observateurs neutres. Les politiciens représentent la population et il est essentiel que les citoyens prennent connaissance de leurs positions sur les enjeux de société pour pouvoir voter avec discernement. Si le travail des journalistes est encadré seulement par des guides et des tribunaux d'honneur de manière générale, durant les 45 jours de campagne, une loi indique qu'ils doivent couvrir les



partis politiques de manière équitable et équilibrée. Cette équité n'est pas seulement évaluée de façon quantitative, mais aussi de manière qualitative, par le directeur général des élections<sup>6</sup>.

Il a été démontré que les journalistes couvrent les partis de manière somme toute équitable et équilibrée. Les nouvelles politiques en campagne électorale « sont, en général, équilibrées et non-partisanes, tant sur le plan de l'importance relative qu'on accorde aux partis en présence que sur le plan du traitement de l'information » (Charron, 2000, p.14). Une analyse de l'élection provinciale de 2007 au Québec révèle que les quotidiens ont couvert les partis de façon très similaire dans le volume de nouvelles qu'ils ont produites et le ton qu'ils ont employé. Pour les auteurs de la recherche, cela suggère que les médias sont de plus en plus équitables dans leur couverture (Farnsworth et *coll.*, 2007, p. 1). Pour cette raison et parce que cet aspect de la couverture des campagnes électorales a été largement étudié, nous ne nous intéressons pas dans ce mémoire à cette responsabilité des journalistes. Nous concentrons plutôt notre attention sur le rôle de quatrième pouvoir des journalistes qui est inhérent au concept de liberté de presse fortement ancré dans la conception de la société démocratique occidentale (Saint-Jean, 2002, p.82).

---

<sup>6</sup> «Pendant la période électorale, un radiodiffuseur, un télédiffuseur, un câblodistributeur ou le propriétaire d'un journal, d'un périodique ou d'un autre imprimé peut, sans que cela ne constitue une dépense électorale, mettre gratuitement à la disposition des chefs des partis autorisés et des candidats du temps d'émission à la radio ou à la télévision ou de l'espace dans le journal, le périodique ou l'autre imprimé, à la condition qu'il offre un tel service de façon équitable, qualitativement et quantitativement, à tous les candidats à un même poste ou à tous les chefs de partis autorisés de la municipalité. Pour l'application du présent alinéa, un colistier et le candidat auquel il est associé sont comptés comme un seul candidat au poste de conseiller.» (LQ 1987, c. 57, a. 442 C.F.R.)

Conformément au modèle de la presse comme quatrième pouvoir, ils doivent « veiller à ce que les autorités gouvernementales soient tenues responsables de leurs actes en publiant des informations sur les questions d'intérêt public, même si ces informations révèlent des abus ou des crimes commis par ces autorités » (Waisbord, 2001, p.15). Il faut qu'ils puissent poser des questions de façon indépendante et faire ressortir des faits nouveaux sur les enjeux de la campagne à travers des reportages diversifiés qui mettent en lumière des thèmes que les politiciens préfèrent éviter d'aborder (Kovach et Rosentiel, 2009). Cela a pour effet de contextualiser et de donner du sens aux enjeux de la campagne comme aux paroles des politiciens. Les journalistes évitent ainsi de devenir une « courroie de transmission » à la merci de la manipulation des stratégies de communication des partis politiques (Cormier, *Op. cit.*, p.33) et se rapprochent de leur rôle constitutionnel idéal.

De 1945 au milieu des années 1960, le rôle des journalistes se résumait essentiellement à transmettre le message des politiciens. Ce sont les partis politiques qui effectuaient l'essentiel de la médiation entre les citoyens et le gouvernement. Ils rencontraient les citoyens individuellement, en petit groupe ou à plus grande échelle dans des rassemblements partisans. L'organisation des campagnes électorales était décentralisée (Bastien et Nadeau, 2003, p.169). Or, l'arrivée de la télévision dans les foyers a forcé au milieu des années 60 les partis politiques à changer leur stratégie. Ils pouvaient maintenant rejoindre un plus grand nombre d'électeurs à la fois, mais ceux-ci pouvaient également être exposés à un plus grand éventail de visions politiques concurrentes (*Ibid.*, p.170). Les campagnes électorales se sont centralisées et les partis politiques qui mènent une compétition acharnée ont, à travers les années, perfectionné leurs techniques et stratégies de



communication pour influencer la production journalistique en leur faveur (Cormier, *Op. cit*, p.33).

En 1974, par exemple, le Parti libéral du Canada avait adopté une stratégie qui forçait les réseaux de télévision à leur faire occuper une majeure partie de la couverture télévisée. Les libéraux avaient utilisé la stratégie du *strip-tease* : ils faisaient une nouvelle annonce chaque jour. Pris de court, les médias rapportaient ces annonces, sans être en mesure de diversifier la couverture par des reportages de fond. Le Parti progressiste conservateur n'avait pas la même stratégie que le Parti libéral et les candidats répétaient souvent les mêmes choses. Sans nouveauté, une annonce n'a pas de valeur comme nouvelle. Les libéraux se sont donc retrouvés à occuper beaucoup plus de place dans l'actualité que le Parti progressiste conservateur (*Ibid.*, p.43).

Dans ce contexte, les journalistes ont été amenés à changer leur posture pour tenter d'atténuer l'influence des organisations politiques sur la couverture des campagnes électorales et « s'assurer d'une relative autonomie dans le jeu électoral » (*Ibid.*, p.34). Les journalistes sont maintenant encouragés à adopter une posture plus critique (Bastien et Nadeau, *Op. cit*, p.170) et à présenter une plus grande diversité de reportages de manière à se soustraire à l'ordre du jour de la campagne et à présenter une autre vision que celle des partis politiques (Cormier, *Op. cit.*, p.42). La réalité des journalistes qui couvrent le domaine politique et tout particulièrement les campagnes électorales est toutefois complexe. Il demeure que rythme imposé par la campagne complique la production de contenu original et diversifié (de Bonville, 1980, p.277). D'abord parce que les journalistes entretiennent une relation

d'interdépendance avec les politiciens et ensuite parce qu'ils sont contraints dans le temps.

Les journalistes ont besoin des politiciens pour produire des nouvelles et les politiciens ont besoin des journalistes pour transmettre leur message. Ils sont cependant en compétition pour le contrôle de la production médiatique (Charron, dans Cardinal 2005, p.20). Ils « revendiquent tous deux une légitimité propre, celle de la représentation électorale et celle de la responsabilité sociale associée aux médias » (Gingras, 2009, p.58). Dans cette relation d'interdépendance difficile à délimiter, les journalistes peuvent exercer une influence sur les politiciens lors d'entrevue ou de confrontations plus musclées durant la période de questions qui suit une conférence de presse. Les journalistes ont toutefois exposé qu'il est difficile d'obtenir des réponses originales des politiciens qui sortent de la « langue de bois » ou de la communication politique. Certains d'entre eux ont par ailleurs affirmé que le système de conférences de presse décourage les initiatives personnelles (Gingras, 2009, p.63), alors qu'il a été démontré que les quotidiens présentent en majorité des articles qui rapportent les activités, les annonces et attaques des partis envers les adversaires. Les points de vue présentés sur les enjeux de la campagne sont aussi surtout ceux des candidats (Fletcher et Everett; 1991; Stromback et Kaid, 2008).

En parallèle, le développement des technologies de l'information et des communications (TIC) a eu pour effet de fragmenter et d'accélérer le rythme et de la production des nouvelles. Les journalistes continuent de mener une course à la nouvelle et à l'exclusivité, alors qu'ils sont de plus en plus contraints par la demande de fournir des nouvelles en continu autant à la télévision, à la radio que sur les différentes plateformes Web des entreprises de presse (Cottle et Ashton, 1999 et

Deuze, 2007). On a également vu naître une multitude de nouveaux médias avec le développement des TIC qui a rendu le marché plus compétitif. Ce nouveau contexte a entraîné des pertes de revenus dans les médias traditionnels depuis le début des années 1990 et plus intensément dans les années 2000. Ces pertes de revenus ont à long terme entraîné des compressions de personnel dans les salles de nouvelles (Rosentiel, 2005, p.702; Brin et St-Pierre, 2012, p.7-13). Les journalistes moins nombreux et devenu des artisans multifonctions et multiplateformes ont moins de temps pour appréhender les faits et les remettre en question (Davies, 2009). Pour gagner du temps, ils vont privilégier le recours aux mêmes sources, généralement les sources officielles comme des politiciens, qui sont plus faciles d'accès et crédibles (Bennett, 2009 ; McChesney, 2003).

En campagne électorale, cette tendance a entraîné une couverture des élections de plus en plus superficielle qui se limite à traiter des enjeux dans leur seule dimension politique. Les gens en sauraient plus sur les hauts et les bas de la course et sur les stratégies des différents partis que sur la signification profonde des élections et du mandat de ceux qui seront élus (Rosentiel, 2005, p.700). Plusieurs études rapportent que les médias ont intensifié l'usage de sondages d'opinion pour se démarquer de leur compétiteur et qu'ils ont tendance à décrire la campagne comme une course de chevaux. Prisonniers de la parade électorale, ils s'intéressent plus à la personnalité et au style des candidats, ainsi qu'à la « course électorale », qu'aux politiques, aux idées et aux débats présentés par les candidats (Cormier, 1991; Farnsworth et coll., 2007; Rosentiel, 2005).

Les journalistes sont plus passifs qu'avant, déterrent moins de faits nouveaux et posent moins de questions de façon indépendante, selon la partie du rapport annuel



*State of the of the News Media 2009* portant sur les élections présidentielles de 2008, publié par le Project of Excellence in Journalism (PEJ) du Pew Research Center aux États-Unis (Kovach et Rosentiel, 2009). Les chercheurs du PEJ ont découvert que les journalistes avaient produit moins d'information sur les candidats à la présidence en 2012 qu'en 2008. Les électeurs ont davantage été informés sur l'histoire personnelle et les caractéristiques de Barack Obama et Mitt Romney par les partis eux-mêmes, à travers leur stratégie de communication, que par des articles fouillés produits par des journalistes (PEJ, 2013). En 2008, la tendance était pourtant inversée. Les journalistes font donc moins d'*original reporting* ou d'*enterprise reporting*, expression que nous avons traduite par « effort journalistique original ».

Pour bien comprendre ce qu'est l'« effort journalistique original », il faut d'abord expliquer ce qu'est la démarche journalistique. Les journalistes récoltent et vérifient l'information en s'appuyant sur une démarche journalistique. Cette démarche journalistique peut prendre plusieurs formes observables, selon Leon V. Sigal, Robert Picard, ainsi que le PEJ. Ces éléments de démarche journalistique qui peuvent être observés sont :

- 1– Les entrevues (en personne, au téléphone ou par courriel);
- 2– La recherche dans des documents officiels, des livres, des archives, sur Internet, etc.;
- 3– La recherche sur le terrain;
- 4– La couverture des événements rapportés dans les textes<sup>7</sup>;

---

<sup>7</sup> Les auteurs ne s'entendent pas sur cet élément. Pour que le journaliste ait fait un « effort journalistique original », il doit avoir couvert un événement spontané (accident de voiture, incendie, etc.), selon Leon V. Segal (1973, p.121). Pour le PEJ, le journaliste a effectué une démarche

5– La lecture de matériel de relations publiques (communiqués et pochettes de presse, etc.).

(PEJ, 2004; Picard 1998, 2000; Sigal, 1973;).

L'« effort journalistique original » ne se limite cependant pas à poser une action concrète dans le but de récolter ou de vérifier l'information. Ces actions deviennent des efforts journalistiques originaux lorsque le journaliste les pose avec l'intention de mener une entrevue ou de la recherche pour répondre à un questionnement d'intérêt public de sa part (Kovach et Rosentiel, 2009; *Ibid.*, 2014, p.108-109). Les journalistes peuvent récolter de l'information en se déplaçant sur les lieux d'un accident. Ils peuvent assister à un procès, un conseil de Ville, un rassemblement syndical ou un point de presse. Ils peuvent couvrir une nouvelle à distance en rapportant le contenu d'un communiqué de presse. Ce sont toutes des façons pour les journalistes d'informer les citoyens sur différents enjeux les touchant et de leur permettre de se faire une opinion éclairée. Ces formes de démarche journalistique ne sont cependant pas des « efforts journalistiques originaux ». En couvrant une conférence de presse ou un procès par exemple, même s'il demeure critique, un journaliste rapporte de l'information qui a été portée à son attention, au lieu de rapporter de l'information qu'il a lui-même mise en lumière. Les chercheurs du PEJ présentent d'ailleurs clairement l'« effort journalistique original » en opposition à un contenu qui résulte seulement de la répétition ou de la reformulation d'information

---

journalistique en couvrant un événement spontané ou organisé à l'avance (conférence de presse, rassemblement, etc.), mais cette démarche n'est pas considérée comme un « effort journalistique original » (2004). Robert G. Picard ne précise pas quant à lui de quel type d'événement il doit s'agir (2000). Nous expliquerons plus amplement dans l'analyse comment nous avons catégorisé l'événement.



déjà publiée ou annoncée dans un communiqué ou une conférence de presse (PEJ, 2010, p.1). Lorsque le journaliste fait preuve d'« effort journalistique original », il entreprend de dévoiler une nouvelle ou des faits nouveaux par rapport à une nouvelle. Il cherche la nouvelle au lieu de réagir à la nouvelle (PEJ, 2004).

À la télévision, il est facile pour les auditeurs de juger de la démarche d'un journaliste. Ils peuvent facilement déterminer si le journaliste a seulement couvert une conférence de presse ou s'il a fait un « effort journalistique original » en allant rencontrer un expert sur le terrain pour l'interviewer par exemple. Les images témoignent de la démarche du journaliste. En presse écrite, les journalistes laissent des traces de leur démarche pour permettre au lecteur de juger de sa validité. Cette constatation soulève une question intéressante par rapport au contenu offert par les médias québécois lors d'une campagne électorale. Nous savons que les médias ont une relation d'interdépendance avec les partis, qu'ils ont peu de liberté et qu'ils ont tendance à couvrir la campagne comme une course et de manière superficielle. Mais qu'en est-il de leur capacité à traiter d'un enjeu en profondeur? Quel est le contenu journalistique qui n'est pas uniquement influencé par les stratégies de communication des partis politiques et qui découle de l'initiative d'un journaliste, d'un « effort journalistique original »? Quels sont ces articles qui s'inscrivent à contre-courant du suivisme médiatique? Que présentent-ils? De quelle façon?

L'objectif poursuivi par la présente recherche est de se placer du point de vue d'un rédacteur en chef d'un journal et de revenir sur une campagne passée pour évaluer comment les journalistes ont fait l'effort de présenter un contenu original. Nous chercherons à mettre en lumière ce qui ressort de ce contenu grâce à une étude de cas. Le but est de découvrir comment se concrétise l'« effort journalistique original »

dans un article de presse et comment il est possible de le déceler à travers les indices de démarche laissés par les journalistes dans leurs articles. Nous avons choisi de nous intéresser à la campagne électorale municipale de 2013 à Montréal parce qu'elle a été particulièrement médiatisée et déterminante d'un point de vue démocratique. La mairie de Montréal avait été ébranlée par une série de scandales liés à la corruption dans les années précédant la campagne. Cet enjeu, qui est inhérent à celui de l'intégrité des candidats, était à l'avant-plan de l'actualité. Le contexte particulier de cette campagne met selon nous à l'épreuve la capacité des journalistes à produire du contenu découlant d'« efforts journalistiques originaux » sur un enjeu d'intérêt public. Afin de comprendre ce que révèle la couverture de cette campagne sur la profession journalistique, nous avons formulé la question suivante :

### 1.1 Question de recherche principale

Comment les principaux quotidiens montréalais francophones (*La Presse*, *Le Devoir*, *Le Journal de Montréal*, *Le Métro*) ont-ils offert à leurs lecteurs des articles caractérisés par des « efforts journalistiques originaux » dans leur couverture de l'enjeu de la corruption lors de la campagne électorale municipale de 2013 à Montréal?

### 1.2 Hypothèse principale

Nous identifierons plusieurs éléments différents de démarches journalistiques à travers les indices de démarche laissés par les journalistes dans leurs articles, dont



des éléments d'« effort journalistique original ». Ensuite, nous effectuerons des analyses quantitatives ayant pour unité l'article et l'élément de démarche journalistique. Nous découvrirons que les articles contenant seulement des « efforts journalistiques originaux » seront peu nombreux, selon la tendance observée dans les dernières années (PEJ, 2013; Kovach et Rosentiel, 2009). Plus d'articles contiendront à la fois des éléments d'« effort journalistique original » et d'autres éléments de démarches journalistiques (PEJ, 2010). L'analyse plus spécifique des éléments de démarche journalistique permettra de constater que les éléments d'« effort journalistique original » sont moins nombreux que l'ensemble des autres éléments de démarche journalistique identifiés dans les articles (*ibid.*). Nous pourrons également déterminer quels quotidiens ont recours à quels éléments de démarche journalistique, dans quelle proportion. Le nombre de textes contenant des éléments d'« effort journalistique original » variera d'un quotidien à l'autre, tout comme le nombre d'éléments « effort journalistique original » (Sigal, 1973).

L'analyse qualitative de l'« effort journalistique original » montrera qu'il se manifeste et se caractérise de différentes façons. Les articles présenteront des traces écrites qui indiquent que le journaliste s'est déplacé pour rencontrer une source ou pour recueillir de l'information, qu'il a recensé plusieurs documents, qu'il a fait une demande d'accès à l'information, etc. Bref, qu'il a fait des entrevues et de la recherche. Il sera également possible d'observer que l'« effort journalistique original » permet de citer des sources diversifiées, dont l'autorité et la pertinence varieront (témoin, expert, etc.), ainsi que des faits ou des mises en contexte tirés de documents officiels gouvernementaux ou d'études scientifiques, par exemple. Les articles qui découlent d'« efforts journalistiques originaux » présenteront des sujets diversifiés par rapport à l'enjeu (Rosentiel, 2009; Weaver et Wilhoit, 1996, p. 138; Sigal, 1973, p. 191), selon des genres journalistiques variés (nouvelle, enquête,

compte-rendu, reportage, portrait, entrevue) (Roberts, 1988; PEJ, 2004). L'effort journalistique original et ses caractéristiques seront détaillés dans la prochaine section.

### 1.3 Objectifs de recherche

Le but du projet est d'identifier, de quantifier et de qualifier l'« effort journalistique original » présenté par les quotidiens francophones dans leur couverture de l'enjeu de la corruption lors de la campagne municipale de 2013 à Montréal. Un journaliste ne peut être objectif, mais sa méthode de vérification des faits peut l'être (Kovach et Rosentiel, 2014, p.102). C'est la raison pour laquelle la profession est basée sur des normes déontologiques qui agissent comme des repères communs quant à la méthode journalistique de récolte de l'information (*Ibid.*, p.104). Un journaliste qui respecte les normes déontologiques s'assure de présenter sa démarche journalistique. Cela permet aux lecteurs de voir l'objectivité de sa démarche et d'accorder de la crédibilité à ce qu'ils lisent (*Ibid.*, p.115). Cela nous permet par le fait même de voir cette démarche dans les articles et d'identifier l'« effort journalistique original » pour ensuite le qualifier et de la quantifier.

Cette discipline de la vérification peut se révéler de plusieurs façons, comme nous avons pu le constater lors d'une analyse préliminaire du corpus. Le contenu recherché présentera plusieurs sources croisées pertinentes par rapport à la nouvelle, des faits et des mises en contextes qui font référence à des documents écrits, ainsi que des références à la démarche du journaliste (des traces écrites qui

indiquent qu'il s'est déplacé pour rencontrer une source, qu'il a recensé plusieurs documents, qu'il a fait une demande d'accès à l'information, etc.).

À partir de grilles inspirées de Leon V. Sigal, de Robert G. Picard et du PEJ, les traces de méthode journalistique visibles dans les textes seront catégorisées, afin de qualifier l'« effort journalistique original ». Le journaliste a-t-il rencontré sa source en personne ou l'a-t-il contactée par téléphone? Était-il sur place lorsque les faits qu'il raconte se sont produits? Couvrait-il une conférence de presse ou un événement spontané? A-t-il fait de la recherche; lu des documents gouvernementaux, juridiques ou des archives de son quotidien? Les sources citées dans les textes seront classées, selon leur autorité ou leur pertinence par rapport à la nouvelle. S'agit-il d'un témoin, d'un expert, d'une source anonyme ou du porte-parole d'un parti politique? Nous regrouperons enfin les sujets des articles, selon les types d'éléments qui y sont rapportés et leur genre journalistique (nouvelle, enquête, compte-rendu, reportage, portrait, entrevue). Après avoir complété cette étape, les éléments d'« effort journalistique original » seront quantifiés. Cette étape permettra de donner un sens plus large au corpus et de comparer les quotidiens par rapport aux éléments d'« effort journalistique original » plus ou moins récurrents dans les textes qu'ils ont produits.

En étudiant les traces d'« effort journalistique original », la présente recherche a pour objectif de déterminer comment les journalistes ont joué leur rôle de quatrième pouvoir et se sont démarqués des journalistes des autres médias, alors qu'ils sont tous tenus de couvrir la campagne. En ce sens, évaluer l'« effort journalistique original » dans le contenu présenté par les quotidiens sert à démontrer qu'un média est plus qu'une courroie d'information et un curateur. Il est



pertinent de déceler la présence d'« effort journalistique original » d'un point de vue démocratique parce que cela permet d'indiquer si l'information qu'un média diffuse est le fruit du travail personnel d'un journaliste ou seulement « la chronique du prévisible et de l'attendu » (de Bonville, 1980, p.279). Un média qui produit peu ou pas du tout d'articles découlant d'un « effort journalistique original » ne joue pas le même rôle journalistique dans l'espace public qu'un média qui initie une couverture originale (PEJ, 2010, p.9). La technique d'analyse proposée est donc une façon concrète et originale d'observer comment le journalisme se démarque des autres formes de communication en s'inscrivant comme intermédiaire entre la société civile et l'État (Wolton, 1999, p. 226).

Cette recherche représente un apport original à la recherche scientifique en proposant une technique d'analyse des éléments de démarche journalistique observables à l'intérieur des limites que présente un corpus. Ses conclusions seront utiles pour les chercheurs qui sont intéressés par la pratique du journalisme et son éthique, mais elles seront aussi intéressantes d'un point de vue social pour tout lecteur de l'actualité qui souhaite développer son sens critique. En effet, il est non seulement important que les lecteurs aient accès à des informations de presse fiables, mais il est d'autant plus important qu'ils soient en mesure de reconnaître quelles informations de presse sont fiables (Kovach et Rosentiel, 2014, p.299). En ce sens, nous croyons que cette recherche les aidera à juger de la validité des informations de presse qui leur sont présentées.



## CHAPITRE II

### CADRE THÉORIQUE ET CONCEPTUEL

Pour comprendre et évaluer les articles présentés par les médias qui découlent d'« efforts journalistiques originaux », il faut d'abord expliquer leur pertinence. En ce sens, nous établirons la vision contemporaine de la responsabilité sociale des journalistes dans un système démocratique, plus précisément lors d'une campagne électorale. Nous expliquerons comment les journalistes peuvent satisfaire cette responsabilité sociale à travers leurs méthodes de récolte et de vérification de l'information. Nous définirons les différentes formes de démarche journalistique et plus précisément l'« effort journalistique original » qui est la représentation concrète d'un travail journalistique de qualité.

#### 2.1 La responsabilité sociale des journalistes

Les systèmes médiatiques et leur législation en Occident sont basés sur deux concepts idéaux, soit la sphère publique et la liberté d'expression (Gingras, 2009 p.11). La sphère publique<sup>8</sup> (idéale) est décrite par Habermas comme un lieu qui permet à la population de s'autogouverner. Dans cet espace, les médias agissent comme intermédiaires entre la société civile et l'État. Ils permettraient aux citoyens de se forger une opinion sur les enjeux d'intérêt public par la circulation des idées,

---

<sup>8</sup> Jürgen Habermas, qui appartient à l'École de Francfort, emploie les mots *public sphere*, sphère publique en français, pour décrire le lieu idéal où s'autogouverne la population. Les héritiers critiques d'Habermas, comme Bernard Miège, disent espace public pour désigner la sphère publique comme un modèle élargi et fragmenté.

possible grâce à la liberté d'expression, et le débat « rationnel » et « critique » (Habermas, 1989). Cet espace public, qui intervient donc comme contrepoids à l'État, a « pour but de médiatiser la société et l'État, en tenant l'État responsable devant la société par la publicité [le fait de rendre public] » (Létourneau, 2001, p.49).

La vision contemporaine de la sphère publique est toutefois plus nuancée. Selon plusieurs auteurs, la démocratie a lieu à travers plusieurs sphères publiques (Fraser, 1992, Dahlgren, 2009) ou un espace public élargi et fragmenté (Thompson, 1995 et Wolton, 1997), dans lequel la rationalité des individus est une faculté relative. La participation de citoyens informés au débat public n'en demeure pas moins cruciale (Saint-Jean, 2002, p. 28), alors que ce concept « cristallise tout à fait la conception occidentale des médias » (Gingras, 2009, p.13).

Dans cet espace public imparfait, la pratique journalistique repose sur la liberté d'expression, d'opinion et de presse qui, au Canada, est garantie par la Charte canadienne des droits et libertés sanctionnée en 1982 (Saint-Jean, 1993, p. 107). La liberté de presse est définie comme un droit appartenant à la population et non aux propriétaires de médias (Dornan, 1991, p.196). La liberté de presse est le droit du public d'avoir accès à une information pluraliste qui lui permet de comprendre le monde en pleine évolution dans lequel il vit. La liberté de presse n'est pas un droit permettant aux médias d'agir comme bon leur semble sans considération pour le public (Blanchard, cité par Dornan, 1991, p.181). En bref, les médias ont une responsabilité sociale à l'égard des citoyens et doivent garder à l'esprit l'intérêt du public dans leurs agissements (Gingras, 2009, p.41).

Cette responsabilité sociale est guidée par cinq principes qui ont été définis aux États-Unis en 1947 par la commission sur la liberté de la presse. Selon les conclusions de la commission Hutchins, les journalistes doivent tendre le plus possible vers la vérité dans leur présentation des faits, être un forum de débats et donner un portrait juste des différents groupes qui forment la société. Ils doivent également présenter et clarifier les buts et valeurs de la société, ainsi que donner accès à une pluralité de nouvelles et de points de vue actuels (Peterson, 1956, p.87-91). Au Canada comme au Québec, la responsabilité sociale de la presse est largement inspirée de celle établie par la commission Hutchins (Dornan, 1991, p.195).

Pour nommer cette responsabilité de la presse, l'utilisation de « quatrième pouvoir » est fréquente. Dans un système démocratique, l'État est formé de trois pouvoirs (législatif, exécutif et judiciaire). Ces pouvoirs sont spécialisés et indépendants. Les médias représentent quant eux dans ce système le quatrième pouvoir qui exprime l'idée d'un contre-pouvoir à l'État en s'opposant à ces trois pouvoirs distincts. Cette expression suppose l'idée d'un journalisme « chien de garde de la démocratie » (White, 1950, p.383), mais est critiquée parce qu'elle sous-entend que les journalistes exercent un pouvoir dans la gestion des affaires publiques (Saint-Jean, 2002, p.64). Les journalistes ne sont pas des acteurs politiques, mais ils exercent tout de même un rôle politique. Pour cette raison, l'expression quatrième pouvoir demeure largement utilisée pour exposer la fonction idéale de la presse (*Ibid.*).

Pour protéger la liberté de presse et en même temps s'assurer que les journalistes respectent leur responsabilité sociale, la pratique journalistique n'est pas



réglementée par l'État, mais auto-réglementée par le Conseil de presse du Québec, créé en 1973, et encadrée par des guides déontologiques. Il est à noter que l'adhésion au conseil de presse n'est pas obligatoire<sup>9</sup> et que le *Journal de Montréal* n'en est d'ailleurs plus membre depuis 2010<sup>10</sup>. Une « information complète, exacte et pluraliste est une des garanties les plus importantes de la liberté et de la démocratie », selon le guide de la Fédération professionnelle des journalistes du Québec (FPJQ). L'équité, l'exactitude, l'équilibre, l'impartialité, l'intégrité et la protection des sources sont aussi des valeurs de la pratique journalistique promues par l'ensemble des guides déontologiques nord-américains. Ces valeurs, qui reflètent la responsabilité sociale de la presse, sont notamment promues, aux États-Unis, par la société des journalistes professionnels américains<sup>11</sup> et la National Public Radio<sup>12</sup>. Au Québec, elles sont établies par la Société Radio-Canada<sup>13</sup>, le Conseil de presse<sup>14</sup> et la FPJQ<sup>15</sup>.

Si les journalistes agissent comme des acteurs dynamiques, leur rôle de chien de garde de la démocratie est cependant exercé de manière imparfaite et restreinte

---

<sup>9</sup> Conseil de presse du Québec (2016). «Le conseil : mission», [En ligne] : <http://conseildepresse.qc.ca/le-conseil/mission/> (Page consultée le 10 janvier 2016)

<sup>10</sup> Guimond, Josée (2010). «Québecor quitte le Conseil de presse», *Le Soleil*, 30 juin, [En ligne] : <http://www.lapresse.ca/le-soleil/actualites/societe/201006/29/01-4294320-quebecor-quitte-le-conseil-de-presse.php>

<sup>11</sup> Society of Profession journalists. «Code of Ethics». [ En ligne] : <https://www.spj.org/pdf/ethicscode.pdf> (Page consultée le 1er décembre 2014)

<sup>12</sup> National Public Radio. «This is NPR and these are the standards of our journalism». [En ligne] : <http://ethics.npr.org/> (Page consultée le 1er décembre 2014)

<sup>13</sup> Société Radio-Canada (2010), *Normes et pratiques journalistiques*, p. 2-3.

<sup>14</sup> Conseil de presse du Québec (2015). Guide de déontologie journalistique du Conseil de presse du Québec. [En ligne] : [http://conseildepresse.qc.ca/wp-content/uploads/2015/08/Guide-de-d%C3%A9ontologie-journalistique\\_CPQ.pdf](http://conseildepresse.qc.ca/wp-content/uploads/2015/08/Guide-de-d%C3%A9ontologie-journalistique_CPQ.pdf) (Page consultée le 10 janvier 2016)

<sup>15</sup> Fédération des journalistes du Québec (2010). Guide de déontologie des journalistes du Québec. [En ligne] : <http://www.fpqj.org/index.php?id=82> (Page consultée le 11 mars 2014)

(McChesney, 2003; Bennett et Serrin, 2011). Les journalistes font en effet face à des critiques considérables liées à la perception d'un manque de qualité et de précision dans l'information qu'ils transmettent et d'indépendance par rapport à leurs sources (Macnamara, 2014, p.8). « Obnubilés par une routine quotidienne, inlassable et exigeante, bien peu savent ou peuvent sortir des sentiers battus » (de Bonville, 1980, p.277). Ainsi, la plupart des nouvelles présentent moins ce qu'il s'est passé, mais ce que quelqu'un soutient qu'il s'est passé ou va se passer (Sigal, 1986, p.25).

Cette routine quotidienne est attribuable au mode de fonctionnement des médias. Les médias qui se font compétition puise leur légitimité dans l'uniformité de leur couverture par rapport à leurs concurrents et ont donc adopté des grilles d'analyse semblable de l'actualité (Sormany, 2000, p.153-154). Dans les salles de nouvelles, les journalistes et les chefs de pupitre commencent leur journée en s'informant des événements d'intérêt public qui ont lieu la journée même. Ces événements d'intérêt public concernent les activités des politiciens et des représentants d'organisations publiques, les annonces boursières, les rassemblements, les procès, les conseils de ville, etc. Les journalistes sont aussi assignés à suivre les enjeux de secteurs particuliers considérés d'intérêt public comme l'éducation, la santé, l'économie, la politique, les affaires municipales, etc. (Gingras, 2009, p.57-58). Si un événement mérite d'être couvert, un journaliste sera affecté sur place. Si un événement ne mérite pas qu'un journaliste se déplace, il sera écarté ou couvert à distance (Sormany, 2000, p.148).

Cette façon d'appréhender l'actualité rend les journalistes particulièrement dépendants des sources officielles, soit les personnes « au sommet des hiérarchies institutionnelles, les représentants de l'État en particulier » (Charron, 1999, p.324).

Ces sources doivent être entendues et sont crédibles parce qu'elles sont en situation d'autorité (Sigal, 1973, p. 130). Elles sont également faciles à contacter (Mermin, 1991, p.18). Les journalistes vont plus souvent écrire des articles de nouvelles s'appuyant sur leurs déclarations ou décisions que développer des reportages fouillés ou des enquêtes à partir de rapports gouvernementaux, d'entrevues avec des experts ou des sources anonymes par exemple, qui demandent plus de temps à consolider (Bennett et Serrin, 2011, p. 403).

Plus récemment, la convergence et le développement des technologies de l'information ont aussi imposé de nouvelles contraintes de temps et de production aux journalistes. Ils prendraient de moins en moins le temps de vérifier les faits (Davies, 2009, p. 59), en raison du phénomène de l'information en continu, des nombreuses plateformes à alimenter et des compressions dans les salles de nouvelles (Cottle et Ashton, 1999; Meier, 2005; Deuze, 2007; Miège, 2007; Bernier, 2008; Francoeur, 2012). Les journalistes doivent davantage produire d'articles dans une journée (Davies, 2009, p.58) et à moindre coût, c'est-à-dire des nouvelles qui concernent des faits facilement vérifiables (*Ibid.*, p. 114).

Mitchelstein et Boczkowski affirment que la nouvelle réalité de l'information en continu a mené à un journalisme de seconde zone « second hand journalism », qui dépend du contenu formaté par les spécialistes des relations publiques, en raison du peu de temps qu'ils ont pour faire de la recherche, vérifier les faits et produire de l'information originale (2009, p.569). Ce journalisme de seconde zone s'inscrit en marge du journalisme traditionnel, comme l'indique Nick Davies qui le définit plutôt par l'expression « churnalism » (2009). Il définit le « churnalism » comme la tendance de plus en plus répandue dans les salles de nouvelles à réécrire ou recycler



rapidement du contenu préformaté<sup>16</sup> et fournit par des relationnistes, sans le vérifier. Conjointement à cette tendance, les journalistes vont de moins en moins sur le terrain (quelques heures par semaine) et travailleraient davantage de leur bureau, interviewant au besoin des sources au téléphone. Les journalistes délaissent ainsi leurs fonctions pour servir les intérêts politiques et commerciaux de ceux qui fournissent ce contenu (Davies, 2009, p.55-59).

Lors d'une campagne électorale, qui est un moment de forte intensité en démocratie (Fletcher & Everett, 1991, p. 181), la pratique journalistique n'est pas seulement auto-réglémentée. L'article 464 de la Loi sur les élections et les référendums dans les municipalités indique que les médias doivent couvrir les partis politiques et les candidats de manière équitable et équilibrée<sup>17</sup>. Durant 45 jours, cette équité n'est pas seulement évaluée de façon quantitative, mais aussi de manière qualitative « en fonction de l'importance de l'information et de son degré d'intérêt public »<sup>18</sup>. Le Directeur général des élections du Québec (DGEQ) publie d'ailleurs à chaque élection un document à l'intention des médias pour rappeler ce qu'ils doivent retenir de cette loi<sup>19</sup>. Au niveau fédéral, la partie 16 de la Loi électorale du Canada qui concerne les communications encadre aussi le rôle des

---

<sup>16</sup> Nick Davies emploie les expressions «pre-packaged material», «PR material» et «second-hand material» pour désigner ce contenu produit par des professionnels des relations publiques. Les relationnistes peuvent aussi fabriquer des pseudo-événements, des pseudo-preuves, des pseudo-fuites d'information, des pseudo-photos, des pseudo-souffrances, des pseudo-groupes qu'ils portent à l'attention des journalistes. En s'intéressant à ces fabrications, le journaliste ne fait aucun effort journalistique original (2009, p.59 ; p.172-193).

<sup>17</sup> Loi sur les élections et les référendums dans les municipalités (1987). LQ, c. 57, a. 442

<sup>18</sup> Conseil de presse du Québec (2003). Droits et responsabilités de la presse. p.16.

<sup>19</sup> Directeur général des élections du Québec (2013). «Information à l'intention des médias : financement des partis politiques municipaux et des candidats indépendants et contrôle des dépenses électorales». 6 p.

médias<sup>20</sup>, tout comme la Loi sur la radiodiffusion du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC)<sup>21</sup>.

Les partis emploient « des outils de communication dans le but de maximiser les appuis électoraux d'un parti ou d'un candidat et ainsi lui procurer le pouvoir » (Bastien et Nadeau, 2003, p.166). Les médias réservent par conséquent un espace important à la campagne, tout en tentant de se distancer des partis, de crainte d'être manipulés (*Ibid.*, p.168). La Société Radio-Canada affirme d'ailleurs que les citoyens s'attendent à se voir offrir « une grande variété d'informations et de mises en contexte pour les aider à prendre des décisions pendant les campagnes » (2010, p.29). Cette exigence de représentation d'une diversité de points de vue est liée à la conception de la société démocratique (Langelier, 2001, p.30) et par conséquent à la responsabilité sociale des médias.

Lors de campagnes électorales, les médias concentrent donc plus d'effort qu'en temps normal pour présenter des reportages diversifiés. Leurs pratiques ne changent cependant pas radicalement. Les journalistes vont centrer leur attention sur les leaders et sur les rivalités de la vie politique (Charron, 1991, p.34) et les sondages (Rosentiel, 2005). Ils vont ainsi couvrir la campagne comme une « course de chevaux », un phénomène que les chercheurs ont désigné comme *Horse Race Journalism* (Broh, 1980). Ils vont privilégier l'information polémique « au détriment de la recherche personnelle, originale et de l'analyse pertinente » (Rosentiel, 2005). Ainsi, même s'ils présentent différentes positions ils vont reproduire le « jeu

---

<sup>20</sup> Loi électorale du Canada (2000). LC, c 9, a. 319 à 348

<sup>21</sup> Loi sur la radiodiffusion (1991). LC, c 11, a. 10

politique », sans éclairer « les aspects des enjeux que les différentes instances politiques ne tiennent pas à rendre publics » (Gingras, 2009, p.67).

Le rôle des médias dans l'espace public, inhérent au concept de liberté d'expression et de presse, présenté plus haut dans son expression idéale, est donc impossible à atteindre complètement, mais demeure au centre de notre conception de la démocratie. Pour encadrer la pratique journalistique sans nuire à la liberté d'expression, la responsabilité sociale des journalistes est encadrée par des guides déontologiques et des tribunaux d'honneur. Selon les principes sur lesquelles repose leur responsabilité sociale, les journalistes doivent pouvoir poser des questions et s'exprimer de façon indépendante. Ils ont un devoir d'équité et d'équilibre et en tant qu'intermédiaire entre l'État et la collectivité, ils doivent représenter différents enjeux et points de vue, ainsi qu'offrir une variété d'informations dans leur couverture de l'actualité.

Ces guides et tribunaux d'honneurs ne sont cependant pas suffisants. Les journalistes font face à de nombreuses critiques. Ils ne prennent pas le temps de vérifier les faits de façon rigoureuse, ils sont dépendants des sources officielles et présenterait peu de contenu original et diversifié. Ces tendances observées dans le journalisme de production quotidienne ont d'ailleurs été amplifiées par le développement des nouvelles technologies et de la convergence. En campagne électorale, l'équité et l'équilibre de la couverture journalistique sont encadrés par la loi et les médias font plus d'efforts pour présenter du contenu diversifié, mais ils ne parviennent pas nécessairement à changer leurs pratiques et à satisfaire leur responsabilité sociale.



## 2.2 L'« effort journalistique original »

L'essence de la responsabilité sociale du journalisme repose sur l'« effort journalistique original » qui est la représentation concrète d'un travail journalistique de qualité. L'idée d'utiliser cette expression dans notre mémoire provient de la lecture de différentes études du *Project for Excellence in Journalism* (PEJ) du *Pew Research Center* aux États-Unis. Les formulations utilisées par les chercheurs sont *original reporting* ou *enterprise reporting*, que nous avons proposé de traduire par « effort journalistique original ». On pourrait aussi dire « démarche journalistique originale ». Il est toutefois à noter que, d'une part, *Enterprise reporting* peut désigner la démarche d'un journaliste qui a fait plusieurs efforts journalistiques originaux pour dévoiler une nouvelle. On parlera dans ce cas particulier de journalisme d'enquête. Le mot *enterprise* peut d'autre part faire référence à la « démarche journalistique » qui peut concerner différents gestes posés par un journaliste. Dans une étude du PEJ par exemple, chaque démarche journalistique est une forme d'*enterprise*. Le PEJ utilise l'expression *high level enterprise* (haut niveau de démarche journalistique) pour désigner ce que nous considérons comme de l'« effort journalistique original » (2004). Ces différentes formulations et compréhensions du terme peuvent créer de la confusion. C'est pourquoi il est nécessaire, d'abord, de définir ce que nous entendons par journalisme d'enquête, puis ce que nous entendons par « effort journalistique original » en le distinguant de la simple « démarche journalistique ».

*Enterprise reporting*, donc l'« effort journalistique original », peut désigner la démarche d'un journaliste qui a fait plusieurs efforts journalistiques originaux pour dévoiler une nouvelle. On parlera dans ce cas particulier de journalisme d'enquête.

Selon Dominique Wolton, il s'agit d'une démarche originale qui consiste à « sortir des sentiers battus, essayer de comprendre, ne pas se contenter de discours officiels, croiser les informations » (1997, p.227). Eugene Roberts, ancien rédacteur en chef du *Philadelphia Inquirer* et diplômé d'Harvard, a affirmé d'ailleurs dans le *Nieman Reports* que :

« Le journalisme d'enquête veut dire libérer un journaliste des contraintes normales de temps et d'espace et laisser ce journaliste vraiment informer le public d'une situation d'importance vitale [...] Je ne sais pas si c'est ce que tout le monde appelle le journalisme d'enquête, mais c'est presque toujours difficile à exécuter et ça demande beaucoup de temps. » [Notre traduction] (1988, p.4)

L'auteur québécois Pierre Sormany, qui a été journaliste durant plus de 40 ans, définit l'enquête « prise dans son sens le plus large » de façon semblable. Il la décrit comme une « démarche journalistique fondée sur un questionnement et sur un effort de vérification méthodique » combiné à « une bonne dose de scepticisme face à tous les discours officiels » (Sormany, 2011, emplacement 6889<sup>22</sup>).

Ces définitions considèrent le journalisme d'enquête dans sa forme la plus large. Cela peut avoir pour effet de confondre la production de contenu original avec le journalisme d'enquête au sens américain qui est associé à une démarche plus pointue (Sormany, 2011, emplacement 6894). Le journalisme d'enquête au sens américain concerne des dossiers où de l'information a été volontairement dissimulée, parce qu'elle a trait à des activités illégales, confidentielles ou privées, des erreurs politiques ou de l'information complexe qui nécessite d'être recoupée par plusieurs sources pour être comprise (Sormany, 2011, emplacement 6897). Le

---

<sup>22</sup> Emplacement 6889 sur 8268 de la version Kindle du livre qui n'offre pas l'emplacement par page.

contenu original peut quant à lui se manifester à travers plusieurs autres genres journalistiques : entrevue « sur la sellette », dossier, reportage de fond, analyse, par exemple (PEJ, 2004; Hansen, 1991; Roberts, 1988).

Définir l'« effort journalistique original » comme un journalisme d'enquête est d'ailleurs très peu éclairant et imprécis. Cela ne nous indique pas quels gestes doivent poser les journalistes pour sortir des sentiers battus ou pour que leur démarche soit fondée sur un questionnement. Pour bien comprendre ce qu'est l'« effort journalistique original », il faut le définir comme une forme de démarche journalistique parmi un ensemble de formes de démarche. Ces démarches sont essentiellement des gestes posés par les journalistes pour récolter l'information. Nous devons donc expliquer en quoi consiste la démarche journalistique pour ensuite bien définir l'« effort journalistique original ».

Dans le cadre de cette recherche, la démarche journalistique est la démarche entreprise par un journaliste pour obtenir une information. Il s'agit de sa méthode de collecte de l'information (Kovach et Rosentiel, 2014) ou de l'« activité journalistique » (Picard, 2000, p.101). Notre définition de démarche journalistique s'apparente également à celle d'un *channel* (canal d'information) pour Leon V. Sigal, soit « the path by wich information reach the reporter » : le chemin par lequel l'information a été transmise au journaliste [Notre traduction] (1973, p. 120). Selon nous, utiliser le terme canal d'information suggère toutefois que le journaliste joue un rôle passif dans la collecte d'information et qu'il est presque dénué d'esprit critique. C'est pourquoi le terme plus actif démarche journalistique est mis de l'avant dans le cadre de cette recherche.



La démarche journalistique peut prendre plusieurs formes. Robert G. Picard soutient qu'en observant les actions posées par un journaliste au quotidien, il est possible de mesurer la qualité journalistique de son travail. Selon Picard, « des journalistes qui présentent des niveaux plus élevés d'activité acquièrent le potentiel et la compréhension pour produire des textes de meilleure qualité » (2000, p.101). Il affirme qu'il y a sept grandes catégories d'activités journalistiques :

- 1– Les entrevues;
- 2– La récolte d'informations par téléphone;
- 3– Le journaliste a assisté aux événements sur lesquels il écrit<sup>23</sup>;
- 4– Le journaliste a assisté aux réunions de production, discussions et formations<sup>24</sup>;
- 5– Le journaliste a lu ou fait de la recherche pour obtenir du contexte et des connaissances sur une nouvelle;
- 6– Le journaliste a attendu pour obtenir des informations (en faisant une demande d'accès à l'information qui demande d'attendre plusieurs semaines, par exemple);
- 7– Le journaliste s'est déplacé pour obtenir des informations sur un sujet.

[Notre traduction] (*Ibid.*)

L'avis de Picard est éclairant d'un point de vue des gestes concrets que peut poser un journaliste pour récolter, vérifier et comprendre l'information qu'il transmet au lecteur. Toutefois, ces gestes ne peuvent pas tous être observés par des traces laissées dans un article. Le fait d'assister à une réunion de production par exemple

---

<sup>23</sup> Robert G. Picard ne spécifie pas le type d'événement auquel il fait référence.

<sup>24</sup> Cette catégorie ne s'applique pas à notre recherche.

peut avoir une influence positive sur le jugement critique d'un journaliste, mais ne permet pas de récolter ou de vérifier l'information. Par ailleurs, ces catégories sont un peu imprécises. Elles ne prennent pas en compte, par exemple, la possible influence des relations publiques sur le travail des journalistes.

Comme Picard, Leon V. Sigal a tenté d'observer concrètement, cette fois à partir d'un corpus, les méthodes de récolte d'information des journalistes. Pour Sigal, les journalistes récoltent l'information à travers des canaux d'information. Il s'agit du chemin par lequel l'information a été transmise au journaliste. Il pousse toutefois encore plus loin l'exercice en classant les méthodes de récoltes d'information des journalistiques selon trois catégories de canaux d'information :

*Routine* : les procédures officielles comme les procès, les audiences législatives, la compilation des votes le jour d'une élection, les communiqués de presse et communiqués télégraphiés, les conférences de presse, les entrevues diffusées, les événements non spontanés comme les discours, les cérémonies et les présentations.

*Informal* : les fuites d'information, les procédures non gouvernementales comme les rencontres syndicales ou d'associations, les nouvelles d'autres organisations de presse, les entrevues avec des journalistes et les éditoriaux de journaux.

*Enterprise* : les entrevues menées à l'initiative des journalistes, les événements spontanés couverts par un journaliste sur le terrain comme les feux, les émeutes et les catastrophes naturelles, la recherche indépendante incluant des citations

de documents écrits, livres, statistiques et les analyses et les conclusions d'un journaliste.

(Sigal, 1973, p.120)

Leon V. Sigal a étudié l'influence des sources officielles, soit les représentants des gouvernements américains et étrangers, sur les articles d'actualité internationale dans le *Times* et le *Washington Post*. Il voulait vérifier si les canaux d'information les plus empruntés par les journalistes étaient de routine et si les sources les plus citées étaient officielles dans la couverture de l'actualité internationale. En croisant ses données sur les canaux d'information empruntés par les journalistes et les sources citées, il a observé que les canaux d'information les plus empruntés par les sources officielles étaient les canaux de routine. Il a également observé que les canaux les plus utilisés par les journalistes étaient ceux de routine et donc que les sources les plus citées étaient officielles. Son étude lui a donc permis de démontrer que les journalistes couvraient l'actualité de manière très uniforme.

Cependant, Sigal restreint son analyse à l'influence des sources officielles sur le travail des journalistes. Ses trois catégories de canaux sont élaborées autour des sources. Parmi les *Routine channels*, on retrouve les procédures officielles, des événements qui concernent seulement les sources officielles. Parmi les *Informal channels*, on retrouve des procédures non gouvernementales, donc des événements qui concernent seulement les sources non officielles. Il regroupe donc sous deux bannières différentes deux façons identiques de récolter l'information parce qu'elle concerne des sources différentes. Que la source soit officielle ou non, le journaliste fait pourtant le même effort de récolte d'information. Pour Sigal, couvrir une



conférence de presse équivaut à obtenir de l'information à partir d'un communiqué de presse : ils sont tous les deux des *Routine channels*. Pourtant il ne demande pas le même effort, puisque l'un demande de se déplacer et l'autre non. La faiblesse de son analyse repose d'ailleurs sur le fait qu'il omet de détailler la différence d'initiative dont peut faire preuve un journaliste lorsqu'il emprunte un *Routine channel* ou un *Enterprise channel*, que la source soit officielle ou non. Sigal développe très peu les *Enterprise channels* et ce qu'ils représentent dans l'élaboration de l'actualité par rapport aux autres formes de démarche.

Alors que Sigal qualifie la démarche journalistique selon les types de sources qu'elle concerne, le PEJ qualifie plutôt la démarche journalistique selon l'effort qu'elle a demandé au journaliste. Pour le PEJ, un journaliste peut couvrir à distance ou sur place un événement organisé à l'avance (conférence de presse, rassemblement, etc.) ou spontané (accident, incendie, catastrophes naturelles, etc.) et citer un autre média. Il peut également faire preuve d'un « haut niveau de démarche journalistique », donc faire des « efforts journalistiques originaux », par exemple, en menant une enquête, en réalisant plusieurs reportages qui analysent sous différents angles un enjeu et en réalisant des entrevues sur la sellette (PEJ, 2003, P.19). Contrairement à Sigal, le PEJ fait la différence entre un événement organisé à l'avance couvert sur place ou à distance : si le fait de couvrir une conférence de presse sur place n'entre pas dans la catégorie « haut niveau de démarche journalistique », cela demande plus d'investissement de la part du journaliste, fait de lui un témoin de l'événement et lui donne plus de pouvoir par rapport aux intervenants sur place, contrairement à la simple relecture d'un communiqué ou le fait de couvrir l'événement à distance (2004).

Ce pouvoir du journaliste demeure toutefois relatif. En effet, certaines organisations ou certains partis politiques filtrent davantage l'information que d'autres. Par exemple, le gouvernement Harper avait la réputation de limiter le nombre de questions des journalistes ou même d'empêcher les journalistes de poser des questions après une conférence de presse<sup>25</sup>. Il n'en demeure pas moins important de couvrir ces conférences de presse et certains événements officiels puisque c'est parfois le seul moyen d'obtenir le point de vue de ceux qui ont des comptes à rendre à la population et dont les annonces sont du même coup d'intérêt public (Gingras, 2006, p.63-64). Par ailleurs, un journaliste demeure critique lorsqu'il couvre une conférence de presse et il a sélectionné l'information qu'il rapporte parce qu'elle lui semble d'intérêt public (Charron, 1991, p.153). Sa démarche ne peut toutefois pas être décrite comme un « effort journalistique original » parce que ce n'est pas le journaliste qui est à la source du dévoilement de l'information comme lorsqu'il décide de mener des entrevues ou d'effectuer de la recherche (PEJ, 2004). Selon le PEJ, il y a donc des degrés d'effort dans les démarches entreprises par les journalistes pour rendre compte d'une nouvelle, l'« effort journalistique original » représentant le plus haut niveau de démarche journalistique.

Dans son analyse, le PEJ dégage cinq grandes catégories de formes de démarche journalistique :

- 1— L'effort journalistique original (entrevue/recherche);
- 2— La couverture sur place d'un événement organisé à l'avance;
- 3— La couverture à distance d'un événement organisé à l'avance;

---

<sup>25</sup> La Presse canadienne (2010). «Harper inquiète les journalistes», Radio Canada, 11 juin, [En ligne] : <http://www.radio-canada.ca/nouvelles/Politique/2010/06/10/006-harper-journalistes-controle.shtml>

4— La couverture d'un événement spontané (accident, incendie, catastrophes naturelles, etc.)<sup>26</sup>;

5— L'Attribution d'une information à un autre média ou une agence de presse.

Dans le cadre de ce mémoire, les formes de démarche journalistique qui nous intéressent sont celles qui sont associées à l'« effort journalistique original ». Un journaliste fait un « effort journalistique original » lorsqu'il se pose une question d'intérêt public et qu'il décide de répondre à cette question en posant des gestes concrets. Il peut (1) interviewer des personnes qui peuvent lui fournir des réponses ou (2) effectuer toute forme de recherche susceptible de lui fournir une réponse. Se déplacer pour poser des questions à une source, récolter des statistiques ou faire une demande d'accès à l'information sont toutes des formes d'« effort journalistique original » (PEJ, 2010, p.9 et 2003, p.19; Kovach et Rosentiel, 2014, p.102).

Un journaliste ne fait pas un « effort journalistique original » lorsqu'il récolte de l'information à partir d'un événement porté à son attention. L'« effort journalistique original » s'oppose donc à la couverture d'événements de presse, durant lesquels les journalistes jouent leur rôle de témoin, mais ne sont pas responsables de l'ordre du jour médiatique (Davies, 2009 ; Mitchelstein, 2009 ; Quandt 2008 ; Van Ruler 2004 ; Baerns 1991). Il s'oppose aussi au « churnalism » (Davies, 2009) ou « second hand journalism » (Mitchelstein et Boczkowski, 2009) qui est la tendance dans les salles de nouvelles à réécrire ou à recycler rapidement du contenu préformaté comme

---

<sup>26</sup> Les auteurs différencient la couverture d'un événement spontané à distance et sur place, mais regroupent les deux formes de couverture dans la même catégorie pour simplifier la présentation.



nous l'avons exposé plus tôt. En bref, l'« effort journalistique original » va à l'encontre du journalisme qui répond à toutes opérations de relations publiques évidentes fréquentes en politique.

Un journaliste peut faire des « efforts journalistiques originaux » lorsqu'il dispose de plus de temps pour écrire un article que lorsqu'il est contraint par une échéance quotidienne. Lorsqu'il est libéré de l'échéance, il peut prendre le temps de faire de la recherche et des entrevues. Cela lui permet d'inclure des informations différentes et de faire moins appel à des sources officielles que pour la rédaction d'un article de production quotidienne (Roberts, 1988; Ettema et Glasser, 1987; Sigal, 1973). En citant des sources qui n'auraient autrement pas été citées, il contribue à la diversité des informations présentées dans l'actualité, qui est importante en démocratie (Weaver et Wilhoit, 1996, p.138; Sigal, 1973, p. 191). Lorsqu'il fait des efforts journalistiques originaux, un journaliste peut écrire des articles de genres journalistiques variés : des nouvelles, mais aussi des portraits, des reportages de fond, des analyses et des enquêtes (PEJ, 2004; Hansen, 1991; Roberts, 1988). La différence entre les genres journalistiques qui peuvent découler d'efforts journalistiques originaux sera dégagée dans les prochains chapitres.

En résumé, la qualité du travail d'un journaliste ne se définit pas par la personne qu'il est ou sa bonne foi. Il se définit par la qualité de la démarche journalistique qu'il mène pour la rédaction de chacun de ses textes. C'est à dire, par les « efforts journalistiques originaux » dont découlent ses articles. Un texte qui s'appuie sur une démarche rigoureuse devrait en révéler des traces pour permettre à ses lecteurs de juger de la validité de ce qui est avancé (Kovach et Rosentiel, 2014, p.114). Le journaliste a-t-il fait appel à plusieurs sources pertinentes et croisé ces sources? A-t-

il fait preuve d'audace pour dévoiler une nouvelle et donner la chance aux personnes concernées par la nouvelle de s'exprimer? A-t-il recensé des documents gouvernementaux ou des études scientifiques? Ces gestes posés par le journaliste sont des exemples d'« effort journalistique original » qui devraient être observables par les lecteurs. Nous tenterons de déterminer comment les journalistes des différents quotidiens ont fait des efforts journalistiques originaux et donc présenté un contenu original à travers une étude de cas. Nous nous intéresserons plus précisément à la campagne électorale municipale de 2013 à Montréal et à la couverture médiatique du sujet de la corruption, qui était l'enjeu au cœur de ces élections. Pour ce faire, nous analyserons la présence d'« effort journalistique original » à travers deux sous questions de recherche. Nous analyserons ensuite la forme de l'« effort journalistique original » à travers une troisième sous question de recherche qui est répondu par quatre hypothèses.

### 2.3 Sous question 1

Quelle proportion d'articles par quotidien contiendra des éléments d'« effort journalistique original » par rapport au nombre total d'articles portant de façon significative sur la corruption?

### 2.4 Sous hypothèse 1

Les articles contenant seulement des éléments d'« effort journalistique original » seront peu nombreux (Kovach et Rosentiel, 2009 ; PEJ, 2012); ils représenteront environ 7 % du corpus (PEJ, 2010 ; PEJ, 2004). Les articles

contenant des éléments d'« effort journalistique original » et des éléments d'autres démarches journalistiques seront plus nombreux. Leur nombre fluctuera d'un quotidien à l'autre (PEJ, 2010).

## 2.5 Sous question 2

Quelle proportion d'éléments de démarche journalistique sera associée à l'« effort journalistique original » par rapport au nombre total d'éléments de démarche journalistique quantifiés lors de l'analyse des articles portant de façon significative sur la corruption?

### 2.6 Sous hypothèse 2.1

Les éléments de démarche journalistique associés à l'« effort journalistique original » seront moins nombreux que l'ensemble des autres éléments de démarche journalistique (PEJ, 2012, 2009, 2010, 2004, 2000; Rosentiel et Kovach, 2009; Hansen, 2010; Sigal, 1973). Ils représenteront environ 26 % des éléments de démarche journalistique identifiés (Sigal, 1973).

## 2.7 Sous question 3

Sous quelle forme est présenté « l'effort journalistique original » dans les articles qui portent de façon significative sur l'enjeu de la corruption?

### 2.8 Sous hypothèse 3.1



L'« effort journalistique original » sera visible de différentes façons. Les articles présenteront des traces écrites qui indiquent que le journaliste s'est déplacé pour rencontrer une source ou pour recueillir de l'information, qu'il a recensé plusieurs documents, qu'il a fait une demande d'accès à l'information, etc. (PEJ, 2004; Hansen, 1990; Sigal, 1973)

## 2.9 Sous hypothèse 3.2

Il sera possible d'observer que l'« effort journalistique original » permet de citer des sources diversifiées, dont l'autorité et la pertinence varient (témoin, expert, etc.), ainsi que des faits ou des mises en contexte tirés de documents officiels gouvernementaux ou d'études scientifiques, par exemple (Hansen, 1990; Sigal, 1973).

## 2.10 Sous hypothèse 3.3

L'« effort journalistique original » sera présenté dans des articles de genres journalistiques variés, qui découlent d'une cueillette et d'une vérification de l'information plus ou moins rigoureuse, soit la nouvelle (compte-rendu), le portrait, l'entrevue, le reportage, l'analyse, la nouvelle exclusive et l'enquête (PEJ, 2004; Hansen, 1990; Roberts, 1988).

## 2.11 Sous hypothèse 3.4

Il sera possible d'observer que l'« effort journalistique original » permet de présenter des sujets d'article diversifiés par rapport à l'enjeu étudié

(Rosentiel, 2009; Weaver et Wilhoit, 1996, p. 137-138; Charron, 1991, p.153; Sigal, 1973, p. 191). Les articles porteront sur la lutte contre la corruption, l'opinion des citoyens, les procès, poursuite et enquête policière, des politiciens qui sont corrompus ou qui ont cédé à la corruption, des politiciens qui ne sont pas intègres, la corruption comme une seule activité parmi un ensemble de méthodes organisées (système) ou des cas spécifiques de corruption, allégations de corruption (Fuszara, 1999, p.289-293).

## CHAPITRE III

### MÉTHODOLOGIE

#### 3.1 Présentation générale

Nous avons choisi de mener une étude de cas unique, enchâssée et hypothético-déductive, dans le but d'analyser comment a été présenté l'« effort journalistique original » sur la corruption par les différents quotidiens montréalais, lors de la campagne électorale municipale de 2013 à Montréal. Pour ce faire, nous avons procédé à une analyse de presse des articles qui ont été publiés durant cette période. Notre analyse est à la fois qualitative et quantitative. Elle s'intéresse à l'« effort journalistique original », mais aussi à ses caractéristiques. Nous répondrons à notre question de recherche par le croisement des différentes données recueillies.

#### 3.2 Étude de cas : la campagne électorale municipale de 2013 à Montréal

Cette recherche prend la forme d'une étude de cas parce que nous analysons un phénomène *contemporain* dans son contexte (Yin, 2003, p. 13). Nous avons en effet choisi d'analyser la production d'articles découlant d'éléments d'« effort journalistique original » portant sur l'enjeu de la corruption, lors d'une campagne électorale. Une telle analyse est selon nous pertinente dans un contexte de campagne électorale puisqu'il s'agit d'un événement déterminant de l'exercice démocratique largement couvert par les médias (Cormier, 1991, p.33). Les journalistes sont contraints de couvrir les différents partis politiques selon des règles



d'équité et d'équilibre très strictes même s'ils disposent de moyens différents et que différentes contraintes pèsent sur eux selon le média auquel ils appartiennent.

Nous avons choisi de mener une étude de cas unique, en fonction des moyens disponibles et du temps dont nous disposions, mais aussi parce que la particularité de ce cas permet selon nous « de tester la théorie; de la confirmer, la réfuter ou la compléter » (Yin, 2003, p.40). La campagne électorale municipale de 2013 a été particulièrement déterminante et médiatisée. La mairie de Montréal avait été ébranlée par une série de scandales liés à la corruption dans les années précédentes, ce qui a motivé plusieurs citoyens à se présenter comme candidats pour souffler un vent nouveau. Deux fois plus de partis politiques municipaux avaient demandé une autorisation au Directeur général des élections du Québec (DGEQ) que lors des élections précédentes<sup>27</sup>. Des personnalités publiques et des citoyens ont également proposé des idées dans les médias ou lancé des projets pour revitaliser la métropole. Le journaliste de *La Presse* François Cardinal a par exemple lancé le collectif *Rêver Montréal*<sup>28</sup>. Le taux de participation aux élections a d'ailleurs été supérieur à celui de 2009<sup>29</sup>.

L'enjeu de la corruption a été retenu parce qu'il s'imbrique dans ce qui rend cette campagne électorale particulière. Dans les années précédant cette campagne

---

<sup>27</sup> Shaffer, Marie-Ève (2013). Deux fois plus de partis politiques au municipal depuis quatre ans, *Le Métro*, Actualité, 13 septembre 2013, p. 6

<sup>28</sup> Cardinal, François. « *Rêver Montréal* », Édition *La Presse*, [En ligne] : <file:///Users/rachel/Downloads/rever-montreal.pdf>, 277 p. Ce livre dirigé par l'éditorialiste de *La Presse* François Cardinal et écrit avec 80 collaborateurs propose une centaine d'idées pour relancer la métropole et « mettre fin à l'immobilisme ».

<sup>29</sup> *La Presse canadienne* (2013). « Élections municipale : le taux grimpe à 50% », 4 novembre, [En ligne] : <http://www.lapresse.ca/actualites/elections-municipales-2013/201311/04/01-4707071-elections-municipales-le-taux-de-participation-grimpe-a-50-.php>

électorale, la mairie de Montréal a été touchée par plusieurs scandales liés à la corruption. Depuis 2009, le maire et chef d'Union Montréal Gérald Tremblay avait su naviguer à travers les scandales, les démissions et les enquêtes. Par contre, un an presque jour pour jour avant la campagne, il a été forcé de démissionner, après que l'ex-organisateur politique d'Union Montréal eut affirmé que le maire savait connaissait l'existence d'une double comptabilité au parti<sup>30</sup>. Sous enquête, le maire qui l'avait remplacé, Michael Applebaum, a également dû démissionner quelques mois avant la campagne<sup>31</sup>. L'enjeu de la corruption, qui est inhérent à celui de l'intégrité des candidats d'un point de vue éthique, était donc à l'avant-plan de l'actualité.

Les campagnes des partis dans la course électorale municipale de 2013 à Montréal étaient basées sur le fait qu'ils pouvaient rétablir l'intégrité à l'hôtel de ville, tout comme la campagne du candidat démocrate Jimmy Carter, à la suite du scandale du Watergate, qui était basée sur la promesse de rétablir l'intégrité à la Maison-Blanche (Thompson, 2000, 5769<sup>32</sup>). Chacun des partis avait une position campée sur le sujet et sur comment rétablir l'intégrité à la mairie, en plus d'avoir des attaques formulées contre leurs adversaires. Mélanie Joly a accusé à plusieurs reprises les autres partis dans la course de faire de la « vieille politique » et disait incarner le « vrai changement ». Marcel Côté prônait des « fondations solides ». Denis Coderre répétait « tolérance zéro » et Richard Bergeron présentait son parti comme celui de

---

<sup>30</sup> Leduc, Bernard (2013). «Gérald Tremblay : historique d'une démission», Radio-Canada, [En ligne] : <http://ici.radio-canada.ca/nouvelles/societe/2013/04/25/004-historique-demission-tremblay.shtml> (page consultée le 12 décembre 2015)

<sup>31</sup> Radio-Canada (2013). « Applebaum démission et clame son innocence », [En ligne] : <http://ici.radio-canada.ca/nouvelles/societe/2013/06/18/006-michael-applebaum-demission-montreal.shtml> (page consultée le 12 décembre 2015)

<sup>32</sup> Emplacement 5769 de la version Kindle qui ne spécifie pas la correspondance des pages.

« l'intégrité »<sup>33</sup>. La lutte contre la corruption était d'ailleurs la première préoccupation des Montréalais dans le cadre de la course à la mairie, selon un sondage CROP publié par Radio-Canada au milieu de la campagne<sup>34</sup>.

Le contexte était donc favorable non seulement à l'émergence d'articles qui portent sur cet enjeu, mais aussi d'articles contenant des éléments d'« effort journalistique original ». L'enjeu de la corruption est d'ailleurs complexe et peut être traité de différentes façons, en plus d'être particulièrement d'intérêt public. L'analyse de ce sujet représente donc à la fois un défi et une opportunité d'apprentissage des rouages de la profession journalistique. La campagne électorale municipale qui a été choisie s'est également déroulée il y a moins de deux ans dans un paysage médiatique montréalais qui a peu changé<sup>35</sup>. Cette période électorale semblait être la mieux indiquée pour mener à bien ce projet de recherche.

Cette étude de cas unique est par ailleurs enchâssée parce que le phénomène étudié, l'« effort journalistique original », sera non seulement analysé dans son ensemble, mais à travers plusieurs sous-unités (Yin, 2003, p. 42). Nous nous intéressons en effet à comment se manifeste l'« effort journalistique original », mais

---

<sup>33</sup> C'est ce que révèle une analyse sommaire des articles et communiqués de presse publiés lors de la campagne.

<sup>34</sup> Corriveau, Jeanne (2013). « Côté y croit toujours, malgré la chute des appuis », *Le Devoir* (Montréal), 17 octobre, p.A-2.

<sup>35</sup> Gouvernement du Québec. Répertoire des médias : région de Montréal. [En ligne] : <http://www.montreal.gouv.qc.ca/medias/RepertoireMedia.asp?Region=Montreal&Filtre=SectionM%E9dia%20=%20%27M%E9dias%20%E9crits%27%20AND%20TypeM%E9dia%20=%20%27Quotidiens%27> (Page consultée le 2014-04-18)



aussi à comment il se manifeste à travers les sources, les genres journalistiques et les sujets des articles.

Cette étude de cas unique enchâssée est également hypothético-déductive, étant largement inspirée et appuyée par le travail de plusieurs auteurs et de définitions de l'objet de recherche (Yin, 2003, p.40), soit l'« effort journalistique original ». Nous avons établi nos grilles d'analyse des démarches journalistiques et des sources à partir d'études du PEJ (2004) et de Leon V. Sigal (1973), ainsi qu'à partir de définitions de Robert G. Picard (2000) et de guides sur la pratique du journalisme (FPJQ, Radio-Canada). La grille d'analyse des genres journalistiques des articles s'appuie également sur des définitions de Pierre Sormany (2000). La grille d'analyse des sujets rapportés a enfin été élaborée à partir d'études qui se sont concentrées sur la couverture médiatique de l'enjeu de la corruption (Breit, 2010 ; Fuszara, 1999; Sup Park, 2012). Notre étude est donc appuyée sur plusieurs auteurs, définitions et théories, ce qui permet de valider nos résultats en les confrontant à la littérature (Eisenhardt, 1989; Yin, 2003).

Enfin, cette étude de cas unique enchâssée hypothético-déductive prend la forme d'une analyse de contenu à la fois qualitative et quantitative. L'analyse de contenu est une technique qui a commencé à être davantage consolidée à partir de la fin du 19<sup>e</sup> siècle. Il s'agit aujourd'hui d'une méthode largement éprouvée par des chercheurs d'horizons et d'objectifs très différents (Mucchielli, 2006, p.22). Elle est décrite comme « une technique de recherche qui a pour but la description objective, systématique et quantitative du contenu manifeste des communications » (Berelson, cité par Mucchielli, 2006, p. 21).

Notre analyse de contenu est plus spécifiquement une analyse de presse. En partant de la prémisse que la démarche journalistique sera visible dans les articles produits par les journalistes, nous avons analysé l'« effort journalistique original » dans les limites que représente un corpus d'articles journalistiques. Nous avons d'abord identifié les éléments d'« effort journalistique original » qui peuvent être visibles dans le corpus. Nous avons ensuite regroupé les éléments visibles dans les textes à travers les catégories de nos grilles d'analyse découlant de la littérature, ce qui a permis de qualifier concrètement l'« effort journalistique original ». Après avoir complété cette étape, nous avons quantifié la récurrence des différents éléments identifiés et les avons fait converger (triangulation), afin de répondre à notre question de recherche (Yin, 2003, p.99), comme le requiert une étude de cas unique enchâssée (Yin, 2003, p.14).

Il est toutefois à noter que, comme Yin le précise, « très peu d'études de cas se dérouleront exactement comme prévu » et il est inévitable de faire des changements mineurs sinon majeurs en cours de route (*Ibid.*, p.60). En gardant toujours en tête ses objectifs de recherche, il faut être prêt à adapter sa méthode (*Ibid.*, p.61). Pour Jean Charron et Jacques Lemieux, l'étude de cas relève même d'une « démarche prioritairement inductive » (1991, p.28), dans la mesure où elle ne permet pas d'examiner l'effet de toutes les variables que suppose un modèle théorique. « De plus, les particularités de chaque cas (par exemple, en ce qui nous concerne : l'objet central du dossier, les sources concernées, le type de média privilégié) commandent des adaptations méthodologiques » (*Ibid.*). En raison de la particularité du cas choisi et par souci de bien identifier et catégoriser tous les éléments d'une démarche journalistique originale pouvant être présents dans un article, les grilles ont été adaptées durant l'analyse, selon les particularités qui sont

ressorties du corpus. Ces adaptations seront abordées lors de l'explication du déroulement de l'analyse.

### 3.3 Terrain, échantillonnage et corpus

Nous avons choisi d'analyser la couverture médiatique par la presse écrite traditionnelle, parce qu'il s'agit du média qui produit le plus de contenu original de façon générale (PEJ, 2010). Les articles de quotidiens sont d'ailleurs des contenus fixes plus faciles à analyser que des articles publiés sur le Web qui peuvent être modifiés plusieurs fois durant une journée (Francoeur, 2013, p. 6). Aux fins de la recherche, nous nous sommes concentrée sur les principaux quotidiens montréalais francophones, soient *La Presse*, le *Journal de Montréal*, *Le Devoir* et le *Métro*. Les quotidiens anglophones ont été exclus parce que les analyser demanderait notamment un effort de collecte multiplié par deux. Tenter d'analyser les quotidiens anglophones était donc peu réaliste en fonction du temps et des moyens dont nous disposions.

Le *24 Heures* a été exclu pour éviter les risques de répétition avec le *Journal de Montréal*. Appartenant tous les deux à Québecor et distribués à Montréal, depuis la fondation de l'Agence QMI, ils échangent du contenu (Corriveau, 2012, p.64). Il est à noter que lorsque le *Journal de Montréal* reprend un article d'un journaliste du *24 Heures*, il indique que la source du texte signé est l'Agence QMI. Dans le cadre de cette recherche, les textes provenant de l'Agence QMI seront associés au *Journal de Montréal* parce que l'Agence QMI, comme le *Journal de Montréal*, appartient à Québecor. Les deux médias collaborent d'ailleurs étroitement de sorte que l'on ne peut pas considérer leurs textes séparément. Les articles pourront être distingués



grâce aux catégories de la première grille d'analyse qui en tiendra compte. Il en sera de même pour les textes provenant d'autres entités appartenant à Transcontinental publiées par le journal *Métro*, qui appartient à Transcontinental, et pour les textes provenant d'autres journaux appartenant à Gesca publiées par *La Presse*, qui appartient à Gesca.

Ce choix méthodologique simplifie la recherche sans réduire sa rigueur. Un quotidien reprend surtout le contenu des autres médias de son entreprise, si ce contenu découle d'un « effort journalistique original ». Cela lui permet de se démarquer de la compétition. (Avilés et Carvajal, 2008, p. 234). À Radio-Canada, par exemple, « les enquêtes journalistiques, les exclusivités, les primeurs, et les projets spéciaux seront systématiquement multiplateformes » (Francoeur, 2012, p. 19). Bien que la convergence s'exerce différemment d'un média à l'autre (Dailey et coll., 2005), il demeure très probable que les articles découlant d'un « effort journalistique original » produit par le *24 Heures* aient été repris par le *Journal de Montréal*. Seulement analyser le *Journal de Montréal* permet donc d'éviter les doublons sans exclure les articles découlant d'un « effort journalistique original » produit par le *24 Heures*.

La période électorale municipale de 2013 a été de 45 jours et s'est étendue du 20 septembre au 3 novembre 2013. Les articles étudiés devaient porter sur la corruption et avoir été publiés lors de la campagne électorale municipale de 2013, ainsi que dix jours avant le premier jour de la période électorale et dix jours après le dernier jour de la période électorale, soit entre le 10 septembre et le 13 novembre 2013. Cet échantillonnage empirique couvrant une période de dix jours avant et après l'événement à l'étude garantit la représentativité de l'échantillon selon Jean

de Bonville (cité par Boulay, 2002, p.59). Les chroniques, les éditoriaux et les lettres d'opinion ont été exclus parce qu'ils font partie d'un genre dont les caractéristiques ne conviennent pas à la présente recherche. Les textes d'agence de presse (sauf de l'Agence QMI) ont aussi été exclus parce qu'ils n'ont pas été produits par les quotidiens ou par les groupes médiatiques auxquels ils appartiennent. Les brèves ont été exclues parce qu'elles sont peu susceptibles de contenir des traces de démarche journalistique.

Un tri a été effectué entre les articles qui portent de façon significative sur l'enjeu de la corruption et ceux qui ne portent pas de façon significative sur cet enjeu. Les articles ont d'abord été sélectionnés grâce à une recherche par mots clés dans les quotidiens *La Presse*, *Métro* et *Le Devoir* dans la base de données Eureka.ca disponible par la bibliothèque de l'UQAM. « Corruption », « intégrité », « collusion », « anticorruption », « commission Charbonneau », « éthique », « financement illégal ou occulte », « crime organisé » et « cartel » sont les mots qui ont été utilisés pour construire le corpus lié à ces trois publications. Les articles du *Journal de Montréal* ne se trouvent pas dans la base de données. La sélection des articles a été effectuée à partir de la base de données *newspaperdirect.sunmedia.ca*. Pour déterminer si un article portait de façon significative sur la corruption dans le contexte montréalais, au moins 50 % de sa totalité devait traiter de l'enjeu et mentionner la Ville de Montréal, la mairie de Montréal ou la situation de la métropole (Rosentiel, 2011). Ce critère a permis de déterminer quels articles portaient de façon significative sur l'enjeu étudié et donc lesquels étaient pertinents pour l'analyse. Le corpus à l'étude rassemble donc les articles publiés dans les quatre quotidiens déjà cités, du 10 septembre au 13 novembre 2013, qui répondent aux critères établis ci-haut. Au total, 142 articles ont été analysés, soit 47 articles du *Journal de Montréal*, 40 articles de *La Presse*, 30 articles du *Devoir* et 25 articles du *Métro*.

### 3.4 Portrait des quotidiens

#### 3.4.1 *Le Journal de Montréal*

Le *Journal de Montréal* est un quotidien de format tabloïd payant qui a été fondé en 1964<sup>36</sup>. Ce quotidien appartient au groupe Québecor qui est actif dans plusieurs secteurs des communications, comme la télévision, la câblodistribution, la téléphonie, ainsi que l'édition et la distribution de produits culturels. Québecor, détient deux journaux payants, le *Journal de Montréal* et le *Journal de Québec*, un journal gratuit, le *24 Heures*, une agence de presse, l'Agence QMI, et le premier réseau de télévision en importance au Québec, TVA. En 2013, Québecor détenait également plusieurs journaux régionaux qui ont été vendus à Transcontinental vers la fin de l'année, ainsi que la Corporation Sunmedia, qui regroupait entre autres 175 journaux de langue anglaise à travers le Canada jusqu'en 2014<sup>37</sup>. Le *Journal de Montréal* imprimait plus de 1,9 million de journaux par semaine en 2014 et représentait, conjointement au *Journal de Québec* et au *24 Heures*, 44,7 % du tirage des quotidiens au Québec. Ces trois quotidiens rejoignaient également 42 % des lecteurs de quotidiens au Québec en 2013<sup>38</sup>. À la suite d'un lock-out deux ans, le

---

<sup>36</sup> Journal de Montréal (2015). «kit média 2015-2016, édition papier». [En ligne] : [http://mediakit.quebecormedia.com/wp-content/uploads/2014/09/JMTL\\_KitMedia\\_FR\\_Edition\\_Papier\\_FINAL.pdf](http://mediakit.quebecormedia.com/wp-content/uploads/2014/09/JMTL_KitMedia_FR_Edition_Papier_FINAL.pdf) (Page consultée le 2015-11-12)

<sup>37</sup> Centre d'étude sur les médias (2015). «Québecor». [En ligne] : [http://www.cem.ulaval.ca/portraits\\_entreprises/QUEBECOR.html](http://www.cem.ulaval.ca/portraits_entreprises/QUEBECOR.html) (Page consultée le 2015-11-12)

<sup>38</sup> Centre d'étude sur les médias (2015). «Portrait de la propriété dans le secteur des quotidiens au Québec et au Canada». p.3 [En ligne] : <http://www.cem.ulaval.ca/pdf/Concentrationquotidiens.pdf> (Page consultée le 2015-11-12)



*Journal de Montréal* comptait 36 journalistes salariés à temps complet en 2011 et plus d'employés surnuméraires et occasionnels qu'avant le lock-out. La convention collective du *Journal de Montréal* ne fixe d'ailleurs aucune limite quant à l'embauche de collaborateurs. Comme il l'a été expliqué plus tôt, le *Journal de Montréal* échange également depuis 2008 du contenu avec les autres quotidiens de Québecor par l'entremise de l'Agence QMI qui employait 15 journalistes et une dizaine de collaborateurs en 2011 (Brin et St-Pierre, 2013, p. 24-26).

### 3.4.2 La Presse

*La Presse* est un quotidien qui a été fondé en 1884<sup>39</sup>. En 2013, *La Presse* était à la fois un quotidien payant, dans sa version papier grand format, et un quotidien gratuit, dans sa version disponible sur tablette commercialisée sous le nom de *La Presse+*. Il est à noter que depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2016, *La Presse* est seulement publiée en format papier le samedi<sup>40</sup>. Ce quotidien appartient à Gesca, une filiale du Groupe de communications Square Victoria contrôlé par Power Corporation qui appartient principalement à la famille Desmarais. Cette société de gestion de portefeuille diversifiée possédait également six journaux régionaux jusqu'en 2015<sup>41</sup>. En 2013, *La Presse* représentait environ 21 % du tirage des quotidiens au Québec, en imprimant

---

<sup>39</sup> Répertoire du patrimoine culturel du Québec. «La Presse». [En ligne] : <http://www.patrimoine-culturel.gouv.qc.ca/rpcq/detail.do?methode=consulter&id=9347&type=pge#.Vk9isd8vfdQ> (Page consultée 2015-11-12)

<sup>40</sup> Crevier, Guy (2015). «La Presse papier sera remplacée par La Presse+ du lundi au vendredi dès le 1er janvier», *La Presse*, 16 septembre, [En ligne] : <http://www.lapresse.ca/debats/mot-de-lediteur/201509/16/01-4901051-la-presse-papier-sera-remplacee-par-la-presse-du-lundi-au-vendredi-des-le-1er-janvier.php> (page consultée le 10 janvier 2016)

<sup>41</sup> Centre d'études sur les médias (2015). «Power Corporation». [En ligne] : [http://www.cem.ulaval.ca/portraits\\_entreprises/POWER.html](http://www.cem.ulaval.ca/portraits_entreprises/POWER.html) (Page consultée 2015-11-12)

plus de 1,8 million de journaux par semaine<sup>42</sup>. Elle rejoignait 19 % du lectorat des quotidiens payants et gratuits au Québec. *La Presse* comptait 199 journalistes salariés à temps complet en 2011. Il est à noter qu'en raison de sa convention collective, la rémunération de pigistes ne pouvait dépasser 10 % de la masse salariale. *La Presse* échangeait du contenu avec les autres journaux régionaux de Gesca, avant que l'entreprise s'en départisse au début de 2015 (Brin et St-Pierre, *Op. cit.*, p. 24-26).

### 3.4.3 *Le Métro*

La version montréalaise du quotidien gratuit *Métro*, un format tabloïd international, a été fondée en 2001 et appartient au groupe Transcontinental<sup>43</sup>. Transcontinental, tout aussi marquée par la convergence que Québecor et Gesca, détient de nombreux journaux régionaux. Le groupe est actif dans l'impression, l'édition et le marketing interactif. « L'entreprise est le plus important imprimeur commercial au Canada et le troisième en Amérique du Nord »<sup>44</sup>. Le *Métro* détient environ 10 % des parts de marché et rejoint 15 % du lectorat. Ce quotidien suit de près *La Presse* et le *Journal de Montréal*, alors qu'il tire plus de 850 000 journaux par semaine<sup>45</sup>. Sa salle

---

<sup>42</sup> Centre d'étude sur les médias (2015). «Portrait de la propriété dans le secteur des quotidiens au Québec et au Canada». p. 3

<sup>43</sup> Métro (2013). «Kit média Montréal». [En ligne] : [https://journalmetrocom.files.wordpress.com/2013/05/metro\\_kit-media\\_mars\\_2013.pdf](https://journalmetrocom.files.wordpress.com/2013/05/metro_kit-media_mars_2013.pdf) (Page consultée 2015-11-12)

<sup>44</sup> Centre d'études sur les médias (2015). «Transcontinental». [En ligne] : [http://www.cem.ulaval.ca/portraits\\_entreprises/TRANSCONTINENTAL.html](http://www.cem.ulaval.ca/portraits_entreprises/TRANSCONTINENTAL.html) (Page consultée 2015-11-12)

<sup>45</sup> Centre d'étude sur les médias (2015). «Portrait de la propriété dans le secteur des quotidiens au Québec et au Canada». p. 3

de nouvelles comptait 17 journalistes en 2013<sup>46</sup>. Le quotidien échange également du contenu avec d'autres journaux régionaux de Transcontinental. En étant un quotidien gratuit, le *Métro* se caractérise par « l'utilisation d'articles courts, donc en moyenne nombreux sur une même page et par l'insertion de plusieurs publicités » (Hirtzmann et Martion, 2004, p.95).

#### 3.4.4 *Le Devoir*

*Le Devoir*, un quotidien grand format, est quant à lui le seul journal indépendant au Québec. Il a été fondé en 1910<sup>47</sup>. Il occupe une mince part de marché, alors qu'il tire environ 210 000 exemplaires par semaine, dont 50 000 exemplaires le samedi<sup>48</sup>. *Le Devoir* détient un peu plus de 2 % des parts de marché et rejoint environ 5 % du lectorat<sup>49</sup>. Sa situation économique est donc différente des trois autres quotidiens. *Le Devoir* fonctionne en effet avec un budget serré. La salle de nouvelles de ce quotidien comptait 45 journalistes salariés à temps complet en 2011. *Le Devoir* faisait aussi affaire avec environ 25 collaborateurs sur une base plus ou moins régulière. Environ 30 % de la masse salariale pouvait servir à rémunérer les pigistes (Brin et St-Pierre, *Op. cit.*, p. 24-26).

#### 3.4.5 Différences entre les quotidiens

De ce portrait condensé, il est ainsi possible de constater que chacun d'entre eux a un profil économique différent. *La Presse*, le *Journal de Montréal* et le *Métro* font

---

<sup>46</sup> *Métro* (2013). «Kit média Montréal».

<sup>47</sup> *Le Devoir*. «À propos». [En ligne] : <http://www.ledevoir.com/le-devoir/le-devoir> (Page consultée 2015-11-12)

<sup>48</sup> Centre d'étude sur les médias (2015). «Portrait de la propriété dans le secteur des quotidiens au Québec et au Canada». p. 3

<sup>49</sup> *Ibid.*



tous partie de grandes compagnies de presse et touchées différemment par la convergence, contrairement au *Devoir*. *La Presse*, le *Journal de Montréal* et le *Devoir* sont des journaux payant, alors que le *Métro* est un quotidien gratuit. *La Presse* et le *Devoir* sont des journaux grand-format, alors que Le *Journal de Montréal* et Le *Métro* sont des tabloïds<sup>50</sup>. Ces quotidiens rejoignent par ailleurs des lecteurs différents. *La Presse*, le *Journal de Montréal* et le *Métro* sont davantage des publications « grand public », bien que le *Métro* rejoigne davantage les jeunes<sup>51</sup>. Le *Devoir* est quant à lui surtout lu par une élite québécoise qui s'intéresse à des analyses plus poussées de l'actualité, ainsi qu'à des nouvelles à caractère plus politique et économique (Boulay, 2002, p.55). Enfin, la sélection de ces différents quotidiens permet de comparer des articles écrits par des journalistes qui travaillent dans des contextes variés, pour des publics différents et selon des cultures d'entreprise différentes.

### 3.5 Déroulement de l'analyse qualitative

Quatre grilles ont été utilisées aux fins de la recherche, analysant respectivement les éléments de démarche journalistique, les sources, le sujet et le format des articles. Nous avons procédé de la même façon pour tout le corpus. Les démarches journalistiques et les sources ont été analysées conjointement parce qu'elles sont liées : une démarche permet de citer une source et une source ne peut être citée que si une démarche a été effectuée. C'est d'ailleurs ce lien entre démarche et source qui a été notre principale unité d'analyse quantitative. Procéder ainsi a permis de croiser nos données avec plus de précision. Les genres journalistiques et

---

<sup>50</sup> Il est à noter que, depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2016, *La Presse* est seulement publié en format papier le samedi. Nous utilisons le présent pour faciliter la lecture.

<sup>51</sup> *Métro* (2013). «Kit média Montréal».

les sujets ont quant eux été analysés indépendamment. Chaque élément analysé a ensuite été associé au code de l'article, à sa date, ainsi qu'au journaliste et au quotidien à l'origine de l'article.

### 3.5.1 Les éléments de démarche journalistique et l'« effort journalistique original »

La première grille d'analyse a permis d'identifier la démarche journalistique, soit la démarche entreprise par le journaliste pour obtenir une information (Kovach et Rosentiel, 2014; Picard, 2000; Sigal, 1973). A-t-il écrit son article seulement à partir d'une conférence de presse, à partir d'une entrevue ou à partir de ces deux canaux de communication, par exemple? Le contenu recherché a consisté en des traces écrites de la démarche du journaliste qui indiquent qu'il s'est déplacé pour rencontrer une source ou assister à un événement, qu'il a recensé plusieurs documents, qu'il a fait une demande d'accès à l'information, etc. Les catégories de cette grille ont été inspirées d'une grille utilisée par le PEJ dans différentes études sur les nouvelles télévisées (2004; 2003, p. 8). Elle est composée de quatre grandes catégories : l'effort journalistique original (haut niveau de démarche journalistique), l'événement organisé à l'avance couvert sur place, l'événement organisé à l'avance non couvert sur place et l'information attribuée à un autre média<sup>52</sup>. Selon nous, pour établir des conclusions intéressantes, il faut non seulement identifier, quantifier et qualifier les éléments d'« effort journalistique original », mais aussi analyser les autres éléments de démarche journalistique. Le but de cette grille a été d'identifier dans l'ensemble comment le journaliste a obtenu l'information qu'il présente et comment il l'a justifié, pour ensuite pouvoir comparer, lors du

---

<sup>52</sup>Il est à noter que le PEJ considérait une cinquième catégorie, soit la couverture d'un événement spontané (sur place ou à distance). Toutefois, cette catégorie ne s'applique pas à notre étude de cas, elle ne fait donc pas partie de notre grille (2004).

croisement des données, l'« effort journalistique original » aux autres formes de démarche journalistique à travers une analyse quantitative et qualitative. Les nombreuses catégories de cette grille ont d'ailleurs permis de détailler la présence des différents éléments de démarche considérés comme de l'« effort journalistique original ».

Tableau 3.1

Grille d'analyse et de codage pour la qualification et la quantification des traces de démarche journalistique présentées dans les articles

Codes	Démarches	Exemple
<b>D</b>	<b>Effort journalistique original (haut niveau de démarche journalistique)</b>	
ENT	Entrevue	
ENT P	Entrevue en personne	« en entrevue au Devoir », « en entrevue à La Presse »
ENT T	Entrevue par téléphone	« a-t-il dit en entrevue téléphonique », « joint par La Presse [...] a-t-il déclaré »
ENT C	Entrevue par courriel	« a indiqué par courriel Richard Bergeron, chef de Projet Montréal »
TEN E	Tentatives d'entrevue	« Jean Lavallée n'a pas répondu à notre appel hier »
ENT	Entrevue (général)	« a-t-il confié au Devoir », « en entrevue avec La Presse » ou lorsque le contexte ne permet pas de préciser la forme de l'entrevue menée.
REC	Recherche	
DOC	Document (livre, rapport)	« révèlent dans leur livre »
DOC J	Document judiciaire	« C'est ce qui ressort à la lecture des déclarations sous serment d'une enquêteuse de l'UPAC [...] que La Presse a obtenues copie », « Dans un jugement cinglant »



CC DOC	Document de la commission Charbonneau	« L'ancien propriétaire de L.M. Sauvé a répété son récit sous serment devant la commission Charbonneau en septembre. Une partie du témoignage qu'il a livré a été rendue publique hier... »
STAT	Statistique	
WEB	Internet	« L'internet foisonne toujours de sites vantant ses charmes et ses tarifs (...) L'une de ces annonces, hébergée sur le site Canadian Escort Guide, a été mise à jour en juin dernier. »; recherche sur le Web d'informations qui n'étaient pas destinées aux journalistes.
REVUE	Revue de presse	« Rappelons que »; rappelle d'un ou de fait(s) connu(s) passé(s) ou d'une déclaration passée
TEMOIN	Terrain	Constatation du journaliste
<b>EVE C</b>	<b>Couverture sur place d'un événement organisé à l'avance</b>	
CONF	Conférence de presse	« a affirmé Richard Bergeron lors d'un point de presse »
RASS	Rassemblement	« a-t-il dit à ses sympathisants réunis à la Tohu »
PROCES	Procès	
CC	Commission Charbonneau, soit la Commission sur l'octroi et la gestion des contrats publics dans l'industrie de la construction (CEIC)	
DEBAT	Débats	« trois élus sortants [...] ont débattu hier à l'Université de Montréal »
<b>EVE NC</b>	<b>Couverture à distance d'un événement organisé à l'avance ou contenu préformaté</b>	
COMM	Communiqué de presse	« Selon le communiqué diffusé en fin d'après-midi »
MAT RP	Matériel de relations publiques (pochette de presse, page Web de partis politiques ou d'organisation qui présente du contenu préformaté, publicité, etc.)	« selon la plateforme électorale de Coalition Montréal », « Pour lutter contre la corruption et la collusion, la Coalition Montréal mise », « Sur son site Internet, il [Denis Coderre] indique »

CIT SC	Citations sans contexte	« a indiqué Richard Bergeron », « a affirmé Mélanie Joly », « a indiqué le porte-parole du DGEQ, Denis Dion. »
DEBAT D	Débat diffusé à la télévision	« La question a monopolisé le début du deuxième débat présenté à LCN »
<b>CIT MEDIA</b>	<b>Information attribuée à un autre média</b>	« a dit Denis Coderre en entrevue au 98,5 FM », « a rapporté Radio-Canada »; l'information a été récoltée par un autre média et donc attribuée par le journaliste à ce média

### 3.5.2 Les sources

La deuxième grille a servi à analyser les sources, soit les différentes origines d'une information ou d'une assertion collectée par un journaliste (Sigal, 1973, p. 121). Les catégories de cette grille sont d'ailleurs inspirées d'études portant sur la nature des sources citées dans la presse quotidienne menées par Leon V. Sigal (1973) et Lance Bennett (2007). Elles concernent le statut des sources citées (politicien, citoyen, expert, etc.) et sont regroupées dans deux grandes catégories, soit les sources officielles (liées au gouvernement) et les sources non officielles (non liées au gouvernement) (Sigal, 1973). Leurs sous-catégories ont toutefois été adaptées au contexte de notre étude de cas, donc aux sources identifiées dans le corpus. En plus de son statut, le nom de chacune des sources a été répertorié. Enfin, cette grille a permis de détailler les types de sources sur lesquels les médias se sont appuyés.

Tableau 3.2

Grille d'analyse et de codage des sources citées

Codes	Sources	Exemples
P	Sources liées au	

	<b>gouvernement (officielles)</b>	
GOUV	Élus/portes-paroles fédéraux et provinciaux	
POLITIQUE	Anciens élus/élus/candidats/p orte- paroles/employés de partis politiques municipaux	
VILLE	Employés municipaux (non-élus)	
PUBLIC	Institutions et services publics (UPAC, DGEQ, etc.)	
JUS	Justice (avocats, juges, poursuites, etc.)	
<b>NP</b>	<b>Sources non liées au gouvernement (non officielles)</b>	
ENTREPRISE	Entreprises, OSBL, etc.	
SYNDIC	Syndicats	
INTERET	Groupes d'intérêt	« Cofondateur de Montréal Ouvert »
EXPERT	Experts	« selon Danielle Pillete, professeure associée au Département... »
ART	Artistes, humoristes, etc.	« assure Guy Nantel »
MAFIA	Personne liée au crime organisé	Francesco Del Balso
SONDAGE	Sondages	« selon un sondage Léger Le Devoir-Le Journal »
CITOYEN	Citoyens	« a dit M. Tremblay à la sortie du bureau de vote »
ANONYME	Sources anonymes	« selon une ancienne employée qui souhaite garder l'anonymat »



ARC	Archives	Le journaliste rappelle un ou des fait(s) connu(s) passé(s) sans l'attribuer à une source. La source est donc associée aux archives du quotidien.
MEDIA	Autres médias	« selon Radio-Canada » : la source est un autre média que le quotidien qui rapporte la nouvelle lorsque seulement cet autre média peut confirmer ce qui est affirmé.
AUTRES	Autres (constatation du journaliste ou événement spontané)	

Lors de ces deux parties de l'analyse menées conjointement, les traces laissées par le journaliste révélaient parfois clairement et explicitement la démarche du journaliste et sa source, alors que parfois c'est l'absence de traces qui révélait la démarche du journaliste et sa source. Par exemple, « joint par La Presse », « a indiqué Denis Coderre en entrevue téléphonique », « a-t-il déclaré devant une centaine de partisans », « a-t-elle lancé lors d'un point de presse » nous indique clairement comment le journaliste a récolté une citation. Un simple « rappelons que » ou « a indiqué Marcel Côté », sans contexte, qui est moins explicite, n'était toutefois pas nécessairement moins révélateur de la démarche du journaliste. Le journaliste n'a pas jugé pertinent de laisser des traces de sa démarche au lecteur qui ne peut valider l'effort fourni par le journaliste. Ainsi, une trace de démarche moins explicite est révélatrice par défaut d'un moindre effort, à moins que d'autres indices dans l'article permettent d'en juger autrement.

Il peut demeurer difficile de comprendre tout à fait comment le principe exposé ci-haut a été appliqué. D'autant plus que certains éléments de démarche pouvaient soulever des incertitudes et questionnements par rapport à leur classement dans les

quatre grandes catégories retenues du PEJ (« effort journalistique original », événement organisé à l’avance couvert sur place, événement organisé à l’avance non couvert sur place, information attribuée à un autre média). Parfois même, la mise en relation d’un élément de démarche avec sa source pouvait influencer son classement et vice-versa. En gardant en tête nos définitions et la logique derrière notre méthode, nous avons analysé cas par cas le contexte dans lequel a été présentée chaque démarche, afin de prendre une décision éclairée. Pour bien exposer notre méthode, il apparaît indiqué d’expliquer comment, pourquoi et selon quelle logique certains éléments ont été classés dans la grille.

### 3.5.3 Éléments particuliers et leur traitement

#### 3.5.3.1 La commission Charbonneau

La commission Charbonneau, soit la Commission sur l’octroi et la gestion des contrats publics dans l’industrie de la construction (CEIC) est un événement organisé à l’avance qui peut être couvert sur place ou à distance puisque toutes ses archives sont répertoriées sur le Web et qu’elle a été diffusée en direct sur le Web<sup>53</sup>. Lors de la campagne électorale municipale, les audiences ne portaient plus sur le monde municipal, elles s’intéressaient au palier provincial<sup>54</sup>. Les journalistes ont donc seulement cité des témoignages passés issus des archives ou rendus publics a posteriori par la commission Charbonneau. Les documents cités liés à la commission Charbonneau ont en ce sens toujours été associés à une démarche de recherche

---

<sup>53</sup> Commission sur l’octroi et la gestion des contrats publics dans l’industrie de la construction (2015). « Accueil ». [En ligne] : <https://www.ceic.gouv.qc.ca/> (Page consultée 2015-09-10).

<sup>54</sup> Selon ce qu’a révélé l’analyse.

dans le cadre de cette étude de cas. La couverture d'une audience de la commission Charbonneau aurait toutefois pu être classée dans la catégorie « événement couvert sur place ou à distance », selon les traces laissées par le journaliste.

### 3.5.3.2 Les débats diffusés à la télévision

Lors d'une campagne électorale, les débats sont de véritables événements organisés longtemps à l'avance, ayant une influence décisive sur la campagne (Monière, 1992, p.19). Parfois, ils sont ouverts aux publics, mais certains sont seulement diffusés à la télévision. Les débats diffusés à la télévision et donc sous le contrôle d'un média en particulier posent un problème quant à la façon de classer la démarche du journaliste qui rapporte le contenu du débat. Ce n'est pas tout à fait comme citer un autre média, puisque ces débats sont aussi des événements (diffusé en direct, dans leur entièreté, comme si l'on y était). Le journaliste peut citer et décrire les comportements des politiciens comme s'il était sur place. Or, on ne peut affirmer hors de tout doute que le journaliste était sur place ou non, puisqu'il nous fait souvent part de ce que la caméra nous montre déjà et ne précise pas nécessairement sa présence. L'intérêt de couvrir un événement sur place est d'être un témoin de première ligne pour le journaliste, mais aussi d'avoir un certain contrôle sur les réponses des politiciens, en ayant la possibilité de leur poser des questions et de les confronter (Gingras, 2006, p.58). Dans ce cas particulier, nous avons choisi de classer la couverture de débats diffusés à la télévision dans la catégorie « événement non couvert sur place » lorsque le journaliste ne mentionnait pas explicitement qu'il était sur place.



### 3.5.3.3 Le matériel de relations publiques

Le communiqué de presse ayant sa propre catégorie, cela fait référence aux documents qui accompagnent les communiqués de presse et aux pochettes de presse. Il s'agit aussi des informations à la disposition des citoyens et des journalistes concernant une organisation sur le site Web de cette organisation par exemple (Boulay, Francoeur, 2013, p.8). Le matériel de relation publique entre dans la catégorie « couverture à distance d'un événement organisé à l'avance » parce que le journaliste n'a pas à faire de recherche pour trouver son contenu. Il lui est fourni (Tremblay, 1988, p.12), à tout le moins facilement accessible.

### 3.5.3.4 La citation sans contexte

Certains journalistes citent des sources orales sans donner le contexte dans lequel ils ont obtenu leurs citations directes ou indirectes. Parfois, certains indices dans l'article permettent de démontrer que la source a été interviewée ou qu'elle a affirmé ce qui est cité dans le cadre d'un événement. Parfois, c'est la nature de la source qui donne le contexte. Par exemple, dans un article, l'experte Danielle Pillette réagit aux résultats d'une enquête menée par le *Journal de Montréal* et le journaliste ne précise pas comment il a obtenu la réaction de Mme Pillette<sup>55</sup>. La nouvelle étant exclusive au quotidien, Danielle Pillette ne peut qu'avoir été interviewée. Une entrevue a été menée au téléphone, en personne ou par courriel. Le contexte de l'entrevue n'étant pas précisé, la démarche sera classée dans la catégorie « entrevue générale ».

---

<sup>55</sup> Bélisle, Sarah (2013). «Commission Charbonneau : 16 maires veulent être réélus malgré les allégations », *Journal de Montréal*, 23 septembre, p.4-5.

Dans certains cas cependant, aucun indice ne démontre qu'une entrevue a été menée. Par exemple, un article porte sur un événement organisé. Dans cet article, le journaliste cite un porte-parole, mais il n'indique pas au lecteur comment il a obtenu la citation du porte-parole. Il peut dans ce cas particulier avoir interviewé le porte-parole, mais aussi avoir obtenu sa citation en couvrant un point de presse ou en lisant un communiqué de presse. Comme il nous était impossible de juger de la démarche, nous nous en sommes tenu au minimum que le journaliste pouvait avoir fait selon nous, soit avoir couvert l'événement à distance. La démarche était alors classée dans la catégorie « couverture à distance d'un événement organisé à l'avance ».

### 3.5.3.5 L'utilisation du présent ou du passé composé

#### 3.5.3.5.1 Le journaliste s'est déplacé

Lorsqu'un journaliste mentionne explicitement qu'il s'est déplacé ou que des indices nous indiquent qu'il s'est déplacé pour constater ce qu'il affirme, nous considérons que le journaliste a effectué une recherche terrain et qu'il est la source de l'information.

#### 3.5.3.5.2 Le journaliste écrit une information sans en donner la source

Certains journalistes vont explicitement citer des documents (qui ne sont pas des pochettes de presse) pour ajouter du contexte à un article comme des livres, des rapports gouvernementaux ou des statistiques. La source est alors évidente et comme Leon V. Sigal, il nous est aisé de penser que le journaliste a fait un travail de

recherche (1973). Or, dans plusieurs articles du corpus, les journalistes rappellent des faits connus du public et passés ou mettent en contexte des informations sans en donner la source. L'utilisation du passé composé est parfois précédée de « rappelons que ». Si un journaliste affirme un fait sans donner la source de ce fait, on peut déduire que le journaliste a fait une revue de presse. Donc, que sa recherche s'appuie sur des faits déjà connus et confirmés par le quotidien pour lequel il travaille. Autrement, il ne respecte pas un principe clé de la pratique journalistique, soit la « vérité et la rigueur »<sup>56</sup>. Par ailleurs, le journaliste est celui qui formule l'assertion, mais ne peut pas être considéré comme la source au même titre que lorsqu'il précise qu'il est un témoin de première ligne. La source du journaliste est donc considérée comme étant les archives du quotidien pour lequel il travaille.

### 3.5.3.6 L'utilisation du conditionnel

#### 3.5.3.6.1 Sans source

Un journaliste écrit une information au conditionnel, si cette information ne peut être confirmée<sup>57</sup>. Si un journaliste énonce une information au conditionnel et que cette information a été confirmée par d'autres médias, il est possible, dans certains cas, de déduire qu'il se base sur l'information d'autres médias. Sa démarche consiste donc implicitement à attribuer l'information à un autre média et sa source est un autre média.

---

<sup>56</sup> Fédération des journalistes du Québec (2010). Guide de déontologie des journalistes du Québec. [En ligne] : <http://www.fpqj.org/index.php?id=82> (Page consultée 2014-04-11)

<sup>57</sup> *Ibid.*



### 3.5.3.6.2 Avec source

Le conditionnel est parfois utilisé dans des textes qui relatent des accusations envers une personne, parce que ces accusations ne peuvent être confirmées que devant la cour. « Les journalistes doivent respecter la présomption d'innocence des citoyens »<sup>58</sup>. L'utilisation du conditionnel est une façon de la respecter. La source de l'information provient de la personne ou de l'organisation qui a formulé les accusations. En ce qui a trait à la démarche du journaliste, nous considérons qu'il a effectué de la recherche pour présenter l'information, donc qu'il a fait un « effort journalistique original ».

### 3.5.3.7 Sources orales ou écrites citées par un autre média

Les journalistes citent d'autres médias de bien des façons différentes qui peuvent mener à des interrogations quant à la façon de déterminer la source de l'information. Il faut d'abord se référer lors de ces cas particuliers, à notre définition de source et prendre conscience qu'on doit traiter différemment les sources orales et écrites. En ce qui a trait aux sources orales, par exemple, un journaliste du *Devoir* intègre à son texte une citation directe de Denis Coderre en entrevue au 98,5 FM<sup>59</sup> : qui est la source? Denis Coderre ou le média? Dans ce cas particulier, bien que le journaliste cite un autre média, la source sera Denis Coderre puisque c'est lui qui a formulé l'assertion. D'ailleurs, le fait que la démarche du journaliste se soit limitée à

---

<sup>58</sup> *Ibid.*

<sup>59</sup> Corriveau, Jeanne (2013). «Élections municipales - À la chasse aux candidats douteux», *Le Devoir*, 1 novembre, p.A3.

citer un autre média est reflété dans l'analyse des formes de démarche journalistique.

En ce qui a trait aux sources écrites, nous proposons de poursuivre avec un deuxième exemple. Dans un article, le *Métro* indique que selon des mandats de perquisition obtenus par un consortium de média, l'UPAC aurait actuellement d'importants projets immobiliers dans sa mire<sup>60</sup>. Les médias qui rapportent cette nouvelle ne se sont pas fait dire ce qu'ils affirment par l'UPAC. Ils ont lu et interprété des documents de l'UPAC auxquels le journal *Métro* n'a pas accès. Le *Métro* ne peut pas vérifier l'information des autres médias comme lorsqu'il rapporte ce qu'une source a dit en entrevue avec un média radio ou télé. Il ne voit pas ce qui est vraiment écrit dans les documents. Cela nous force à indiquer que la source, ici, est un autre média, en plus de noter que la démarche du journaliste est de citer un autre média.

Lorsqu'un journaliste rapporte les informations d'un autre média, les sources orales et écrites ne peuvent donc pas être analysées et catégorisées de la même façon. Lors de ces cas particuliers, il faut se demander : qu'elle est l'origine de l'assertion présentée? Est-ce que l'assertion provient d'une source interviewée par un autre média ou d'un média qui a lu et interprété un document?

### 3.5.3.8 L'exclusivité d'une nouvelle

---

<sup>60</sup> *Métro* (2013). «Union Montréal aurait fait de la fausse facturation», *Métro*, 13 novembre, p.3.

Il s'agit d'une nouvelle présentée comme exclusive, soit en raison de la mention « exclusif » ou soit parce que le journaliste affirme que son quotidien « a appris que » ou qu'on lui « a révélé que ». Nous nous sommes demandé si, comme Leon V. Sigal, nous devons tenir compte de cet aspect en analysant la démarche journalistique. Or, nous ne connaissons pas tout à fait l'impact que l'« exclusivité » peut avoir sur la démarche. Nous ne connaissons pas non plus l'interprétation qui en est faite du journaliste ou du chef de pupitre qui prend la décision de présenter une nouvelle ainsi. Par exemple, cela peut vouloir dire qu'un porte-parole est intervenu en amont, que le journaliste en interviewant une source a obtenu une révélation, qu'une source l'a contacté pour lui révéler une information et qu'il l'a par la suite interviewée ou encore qu'on lui a envoyé un document dont il a dû prendre connaissance et dont il a dû confirmé la validité. Tout ce que nous pouvons prétendre, selon le contexte, c'est donc que le journaliste a, à tout le moins, discuté avec sa source ou effectué une forme de recherche. En ce sens, il a été décidé de faire abstraction de l'aspect exclusif d'une nouvelle lors de l'analyse des éléments de démarches journalistiques, mais en contrepartie d'en tenir compte lors de l'analyse des genres journalistiques : l'aspect exclusif ayant une réelle résonnance quant à la forme du texte. Le résultat observé par le lecteur est l'exclusivité de la nouvelle, comme pour l'enquête, à la différence que l'article ne révèle pas une démarche aussi détaillée que pour l'enquête.

En résumé, l'étape d'identification des éléments de démarches journalistiques et des sources a demandé une attention particulière constamment guidée par nos définitions. Cela a par ailleurs demandé de toujours conserver le regard que peut porter un lecteur sur un article, dans les limites du corpus, tout en s'appuyant sur notre expérience comme journaliste terrain au *24 Heures* lors de cette campagne électorale.



### 3.5.4 Les genres journalistiques

La troisième grille concerne le genre journalistique. Elle a consisté à détailler si un article est une enquête, une nouvelle exclusive, un reportage, une entrevue, une nouvelle ou un portrait, selon les définitions de Pierre Sormany de ces genres journalistiques (2000, p. 113-124). Cette analyse permet de fournir des indices sur le niveau d'investissement de la part du média par rapport à l'élaboration de l'article (PEJ, 2003, p.19). Le PEJ par exemple, regroupe reportage, enquête et entrevue sous la bannière de l'« effort journalistique original » par rapport à la couverture d'événements spontanés ou préorganisés qui demandent un engagement journalistique moins important (PEJ, 2004). Or, cette classification a pour effet d'exclure d'emblée la nouvelle qui peut contenir de l'« effort journalistique original » et ainsi d'en restreindre l'analyse. La présente recherche cherchait à approfondir l'« effort journalistique original » et par conséquent devait le détailler davantage. Plusieurs auteurs affirment d'ailleurs que la démarche et les buts poursuivis par l'enquête, le reportage ou l'entrevue ne sont pas les mêmes (Sormany, 2000; Hansen 1991, Roberts, 1988). En résumé, par leur définition, chacun de ces genres journalistiques donne une résonnance différente à la démarche journalistique qui a été nécessaire pour récolter l'information présentée dans un article. La grille d'analyse regroupe en ce sens les différents genres journalistiques qui peuvent contenir des éléments d'« effort journalistique original ». L'objectif n'était donc pas de hiérarchiser, mais bien de détailler les différences de formats présentés.

Tableau 3.2

### Grille d'analyse des genres journalistiques

Genre journalistique des articles	brève description
Nouvelle	À partir d'un événement, met en scène l'essentiel des faits nouveaux, en replaçant ces faits dans leur contexte de signification.
Nouvelle exclusive	Faits nouveaux présentés comme exclusifs ou article précédé de la mention « exclusif »/fuite d'information
Enquête	Longue recherche d'information; elle prend racine dans une démarche dont le journaliste est l'initiateur
Reportage	Mise en perspective des faits. Détaille plusieurs aspects d'un enjeu.
Entrevue	Question-réponse/production d'un texte suivi dont les réponses de la personne interviewée forment la trame unique
Portrait	Tour d'horizon d'une personne ou d'une organisation
Analyse	À partir de faits déjà connus, le journaliste trace un bilan de leur signification

#### 3.5.5 Les sujets traités

La quatrième grille a permis d'analyser le sujet des nouvelles, soit, dans le cadre de ce mémoire, l'aspect de l'enjeu de la corruption qui a été exposé dans les articles. Une courte description du contenu de chaque histoire a été rédigée (PEJ, 2010, p.45). Ces descriptions ont ensuite été lues attentivement, afin de catégoriser les textes selon le sujet qu'ils rapportent. Les catégories de sujet proviennent d'une étude qui a fait le portrait de la couverture de la corruption par la presse écrite (Fuszara, 1999). Elles ont été légèrement adaptées pour correspondre à notre étude de cas. Cette adaptation a été faite à l'aide de livres d'analyse de contenu (de Bonville, 2001; Mucchielli, 2006) pour s'assurer que les catégories ne se chevauchent pas.

**Tableau 3.4**  
Grille d'analyse des sujets traités

<b>Codes</b>	<b>Types d'élément rapportés</b>	<b>Exemple de sujet</b>
GEN	Corruption (en général)	Conséquences des scandales de corruption en général (par exemple, un article rapporte que deux fois plus de partis politiques municipaux ont demandé une autorisation au DGEQ, en partie en raison des scandales de corruption)/L'intégrité des candidats et des partis abordée comme facteur déterminant de la campagne
LUTTE	Lutte contre la corruption	Initiative citoyenne, idée, loi et action politique mise de l'avant pour lutter contre la corruption (par exemple, un article qui rapporte que le chef de Coalition Montréal a annoncé comment il prévoit changer les systèmes de gestion à l'hôtel de ville pour contrer la corruption ou qu'un citoyen engagé milite pour éliminer la corruption)
OPINION	Opinion des citoyens	Sondage, Vox Pop
JUDICIAIRE	Procès, poursuite, enquête policière	Ancien élu, candidat ou parti qui fait l'objet d'une enquête ou accusé d'une infraction liée à la corruption durant la campagne.
POLC	Politiciens qui sont corrompus ou qui ont cédé à la corruption	Un parti ou un candidat a commis une <u>infraction liée à la corruption ou la mafia</u> qui affecte l'intégrité du parti ou du candidat.
POLINT	Politiciens qui ne sont pas intègres	Un parti ou un candidat a commis une <u>infraction non liée à la corruption</u> qui affecte l'intégrité d'un parti ou d'un candidat.
SYSTEME	Corruption comme une seule activité parmi un ensemble de méthodes organisées	Description du fonctionnement d'un système dans lequel la corruption est une activité parmi d'autres (par exemple, un article qui a pour but d'expliquer comment le crime organisé gangrène le milieu de la construction à Montréal)



	(système)	
ISOLE	Cas spécifiques de corruption, allégations de corruption	Démonstration d'un cas spécifique de corruption par la mise en lumière de liens douteux entre des politiciens et des gens d'affaires et/ou des transferts de sommes d'argent qui soulèvent un doute de corruption (par exemple, un article qui fait état de « l'orgie de dépenses » portant sur un projet de rénovation de la Ville du restaurant Hélène-de-Champlain)
AUTRES	Autres	

### 3.6 Déroulement de l'analyse quantitative

L'analyse qualitative a mené à une analyse quantitative, lors de laquelle chaque nouvelle source dans un article a été associée à la démarche entreprise par le journaliste pour pouvoir citer cette source (Sigal, 1973, p. 125). Ainsi, pour 142 articles, 663 sources ont été répertoriées, ce qui a abouti en 663 lignes de données explicitant l'article, le journal, la démarche, le format de l'article et le sujet de l'article, associés à chaque source à l'aide de codes. Il est à noter que si une source était citée de deux façons différentes (par exemple, le journaliste a interviewé Denis Coderre et cite en contexte une déclaration que le candidat a faite lors d'un débat passé), cette même source pouvait être répertoriée deux fois dans le même article en étant associée à une démarche différente. En procédant ainsi, nous n'avons pas pondéré l'espace occupé par les sources dans les articles. Pour simplifier notre analyse, nous avons plutôt créé une deuxième liste qui, elle, faisait seulement état

des sources principales<sup>61</sup> des articles (cette deuxième liste contient 142 lignes de données, soit le même nombre que le nombre d'articles). Cette manière de procéder, comme Sigal l'a fait, a permis d'établir un comparatif (1973, p. 122).

Après avoir complété nos deux listes, il a été possible de quantifier nos données et de les croiser dans le but de répondre à nos questions de recherche. D'abord, nous avons évalué dans quelle proportion se retrouvaient les éléments d'« effort journalistique original » dans les articles du corpus. Pour ce faire, nous avons appliqué une « formule si » à nos données qui a permis de présenter si un article a été seulement ou en partie écrit à partir d'éléments d'« effort journalistique original ». Nous avons ensuite évalué dans quelle proportion l'« effort journalistique original » a été représenté par rapport aux autres formes de démarches. En croisant les données des quatre grilles, il a également été possible de présenter quelles formes a pris l'« effort journaliste original » selon les quotidiens, soit quelles démarches spécifiques, quelles sources cités, quels genres journalistiques et quels sujets ont été associés à l'« effort journaliste original ».

---

<sup>61</sup> La source principale est la source du lead et/ou la source prépondérante de l'article dépendamment de son insertion dans l'histoire (Sigal, 1973, p.122).





## CHAPITRE IV

### ANALYSE DES RÉSULTATS

Nous détaillerons dans le présent chapitre comment nous avons appliqué à notre corpus la méthodologie présentée précédemment. Pour nous permettre de croiser nos données, nous avons quantifié chaque nouvelle source citée dans un article. Chacune des sources était associée à une démarche journalistique. Une source pouvait être comptabilisée deux fois dans le même article, si le journaliste avait fait deux démarches différentes pour la citer. Par exemple, la source Mélanie Joly aurait été comptabilisée deux fois si un journaliste l'avait citée en point de presse et l'avait téléphoné plus tard dans la journée pour obtenir une réaction de sa part. Une démarche pouvait aussi être comptabilisée deux fois. Si un journaliste faisait par exemple plusieurs entrevues par téléphone avec différentes sources, cette forme de démarche, soit l'entrevue par téléphone, était comptabilisée à chaque nouvelle source.

Notre premier tableau est un portrait général du corpus. Il exposera la proportion d'articles publiés par les différents quotidiens contenant des éléments d'« effort journalistique original ». L'unité de ce premier tableau est l'article (142 unités). Il indiquera aussi le nombre d'éléments d'« effort journalistique original » inclus en moyenne dans ces articles. Les tableaux qui suivent compareront le nombre d'éléments d'« effort journalistique original » au nombre d'éléments d'autres formes de démarches repérées dans les articles. Nous procéderons de deux façons. Nous analyserons d'abord le total des éléments repérés dans les articles (663 unités). Puis, nous analyserons seulement les démarches *principales* repérées par

article (142 unités). La démarche *principale* est l'élément qui est associé à la source la plus citée ou la plus importante de l'article.

Après avoir comparé la présence d'« effort journalistique original » dans les articles par rapport aux autres formes de démarche, nous présenterons le portrait des éléments qui sont des « efforts journalistiques originaux » (363 unités). Il s'agit de différentes formes d'entrevue et de recherche. Nous exposerons ensuite comment se caractérise l'« effort journalistique original ». Selon nos hypothèses, l'« effort journalistique original » ou les « efforts journalistiques originaux » permettent au journaliste de citer plus de sources non officielles que les autres formes de démarche. Les « efforts journalistiques originaux » se retrouvent également dans des articles de genres journalistiques et de sujets variés. Deux tableaux exposeront les sources et les éléments d'« effort journalistique original » qui ont permis de les citer. Trois tableaux présenteront les genres journalistiques associés au plus grand ou au moins grand nombre d'éléments d'« effort journalistique original ». Les deux derniers tableaux répertorieront les sujets qui sont associés au plus grand ou au moins grand nombre d'éléments d'« effort journalistique original ».

Les données ont été croisées à travers des tableaux qui présentent soit différentes unités ou différentes façons de les présenter. La présentation privilégiée sera justifiée en fonction de la perspective que nous voudrions donner à nos résultats. En cours de route, nous soulignerons certains résultats qui nous apparaissent dignes de mention et nous expliquerons brièvement certains faits saillants, afin d'annoncer ceux qui seront plus amplement interprétés dans la discussion.

#### 4.1 Présentation de la proportion d'articles par quotidien qui contient des éléments d'« effort journalistique original » par rapport au nombre total d'articles portant de façon significative sur la corruption

Tableau 4.1  
Portrait de la présence d'« effort journalistique original » dans les quotidiens

Quotidiens	Journal de Montréal	La Presse	Le Devoir	Métro	Total
Nombre d'articles analysés	47	40	30	25	142
Contient seulement des éléments d'« effort journalistique original »	32 %	38 %	17 %	4 %	25 %
Contient des éléments d'« effort journalistique original » et d'autres éléments de démarche	43 %	43 %	67 %	32 %	46 %
Nb moyen d'éléments d'« effort journalistique original » par article (contenant au moins un élément)	4	5	2	1	4

Nous constatons que 25 % des 142 articles contiennent seulement des éléments d'« effort journalistique original ». En ce qui a trait à ce pourcentage, le *Journal de Montréal* et *La Presse* semblent faire augmenter la moyenne. Ils sont en effet les deux quotidiens à avoir présenté le plus d'articles de cette catégorie et dans une proportion beaucoup plus élevée que *Le Devoir* et le *Métro*. Ils ont présenté environ 30 % plus d'articles contenant seulement des éléments d'« effort journalistique original » que le *Métro* et 15 % de plus que *Le Devoir*. Ce sont également les deux quotidiens qui ont présenté le plus d'éléments d'« effort journalistique original » en moyenne par article. Ce sont ensuite 46 % des articles qui contiennent à la fois des éléments d'« effort journalistique original » et d'autres éléments de démarche journalistique. Dans cette catégorie, *Le Devoir* se démarque de façon évidente,



ayant présenté au moins 20 % plus d'articles de cet ordre que les autres quotidiens. Le *Métro* est quant à lui grand dernier : les articles du *Métro* sont ceux qui présentent le moins d'éléments d'« effort journalistique original » et le moins d'éléments d'« effort journalistique original » en moyenne par article. Il est également possible de déduire qu'en contrepartie, 29 % du corpus a été écrit seulement à partir de conférences de presse, de communiqués de presse et de nouvelles rapportées par d'autres médias.

Notre hypothèse prévoyait que les articles contenant seulement des éléments d'« effort journalistique original » seraient peu nombreux. Cette hypothèse était basée sur notre revue de la littérature et les auteurs du PEJ qui ont inspiré nos catégories de démarche journalistique (Kovach et Rosentiel, 2009 ; PEJ, 2012). Ces derniers affirmaient qu'environ 7 % de l'ensemble des contenus médiatiques entraient dans la catégorie « effort journalistique original » (PEJ, 2010; PEJ, 2004), mais que ce nombre fluctuait d'une organisation médiatique à l'autre (PEJ, 2010). Or, nos résultats montrent que les articles contenant seulement des éléments d'« effort journalistique original » représentent près de 20 % de plus que ce que notre hypothèse prévoyait, bien que nous ayons en effet constaté des variations entre les quotidiens.

Cela s'explique selon nous par la particularité du cas qui a été choisi : un enjeu à l'avant-plan de l'actualité, la corruption, couvert dans le cadre d'une campagne électorale bénéficiant d'une attention médiatique soutenue. Nous développerons ce point de vue dans la discussion. Nous verrons également lors de l'interprétation des résultats que les variations prévues dans l'hypothèse entre les quotidiens dans leur présentation d'éléments d'« effort journalistique original » peuvent être liées à leur

modèle d'affaires et au fonctionnement de leur salle de nouvelles. En bref, bien que nos résultats ne représentent qu'en partie ce que prévoyait l'hypothèse, cela ne veut pas dire qu'ils sont fautifs. Selon nous, ils viennent au contraire compléter la théorie.

#### 4.2 Présentation de la proportion d'éléments d'« effort journalistique original » par rapport au nombre total d'éléments de démarche journalistique qui ont été repérés lors de l'analyse des articles portant de façon significative sur la corruption

Le tableau 4.1 donnait une vue d'ensemble concrète des articles contenant des éléments d'« effort journalistique original ». L'article comme unité ne permet toutefois pas de croiser nos données. Cette unité ne permet pas d'exposer le nombre d'« efforts journalistiques originaux » par article qui ont permis de citer une source. Nous avons donc recensé tous les éléments de démarche en fonction des sources citées, comme avait procédé Sigal (1973). Nous avons repéré un nombre égale d'éléments de démarche journalistique et de sources, soit 663, dans les 142 articles. Parmi ces 663 éléments, 363 éléments étaient des « efforts journalistiques originaux ». Nous n'avons pas pondéré leur présence. Le but était de présenter les résultats selon les actions posées par les journalistes, du moins celles que les journalistes ont explicitées.

Tableau 4.2

Portrait des éléments de démarche journalistique dans les quotidiens

Quotidiens	Journal de Montréal N= 230	La Presse N=230	Le Devoir N=125	Métro N=78	Total N=663
Effort journalistique original (haut niveau de démarche)	63 %	71 %	39 %	14 %	56 %
Événement organisé à l'avance couvert sur place	7 %	8 %	20 %	12 %	11 %
Événement organisé à l'avance non couvert sur place ou contenu préformaté	28 %	18 %	28 %	55 %	28 %
Information attribuée à un autre média	2 %	2 %	13 %	19 %	6 %

Les « efforts journalistiques originaux » représentent 56 % des éléments de démarche repérés dans le corpus. Il est à noter que la majorité du reste du corpus, soit 44 %, est composé de conférences de presse et de communiqués de presse. Les débats, et le matériel de relations publiques, ainsi que la catégorie « information attribuée à un autre média » représentent une proportion marginale. À l'instar du tableau 4.1, Le *Journal de Montréal* et *La Presse* présentent plus d'éléments d'« effort journalistique original » que *Le Devoir* et le *Métro*. *La Presse* est le quotidien qui contient le plus d'éléments d'« effort journalistique original », alors que le *Métro* est le quotidien qui contient le moins d'éléments d'« effort journalistique original ».

Notre hypothèse prévoyait que les éléments de démarche journalistique associés à l'« effort journalistique original » seraient moins nombreux que l'ensemble des autres éléments de démarche journalistique (PEJ, 2012, 2009, 2010, 2004, 2000; Sigal, 1973). Les éléments d'« effort journalistique original » devaient représenter environ 26 % des éléments de démarche journalistique identifiés (Sigal, 1973). Encore une fois, nos résultats présentent une proportion environ 20 % plus élevée



d'« effort journalistique original » que prévu. Cet écart cohérent aux résultats associés à notre première hypothèse s'explique également par le cas que nous avons choisi d'étudier, soit la couverture de l'enjeu de la corruption lors d'une campagne électorale très médiatisée. Cet écart sera interprété dans la discussion.

#### 4.3 Présentation de la proportion d'éléments d'« effort journalistique original » par rapport au nombre total d'éléments de démarche journalistique *principale*

Le tableau 4.2 présente les éléments de démarche journalistique sans les pondérer. Cela permet de présenter les résultats selon les actions posées par les journalistes. Cependant, les actions posées par les journalistes n'ont pas toutes permis de récolter l'information au centre de l'article. Par exemple, un journaliste a couvert le point de presse d'un politicien et en fait le sujet d'un article. Pour contextualiser cette annonce, il fait une recherche et une entrevue. Le journaliste a fait trois démarches, dont deux « efforts journalistiques originaux ». Pourtant, le sujet de l'article est l'annonce du politicien et la majorité de l'information présentée a été récoltée durant le point de presse. Comment le préciser dans notre analyse? Nous avons choisi de procéder comme Sigal (1973) et d'analyser par article quelle était la démarche journalistique *principale*. La démarche journalistique *principale* d'un texte est la démarche entreprise pour obtenir l'information qui (1) est comprise dans le lead et/ou constitue la majeure partie d'un article dans son ensemble; (2) et qui dépend du moment de l'apparition de l'information dans l'article. [Notre traduction] (Sigal, 1973, p.122). Cette façon de quantifier les résultats permet de présenter sur quelle démarche est principalement fondée l'information rapportée dans les articles. Il y a autant de démarche *principale* que d'article (142 unités). Dans notre exemple, la démarche journalistique *principale* serait la couverture de la conférence de presse.

Tableau 4.3  
Portrait des éléments de démarche journalistique *principale* dans les quotidiens

Quotidiens	Journal de Montréal N=47	La Presse N=40	Le Devoir N=30	Métro N=25	Total N =142
Effort journalistique original (haut niveau de démarche)	53 %	55 %	33 %	8 %	42 %
Événement organisé à l'avance couvert sur place	15 %	23 %	30 %	20 %	21 %
Événement organisé à l'avance non couvert sur place ou contenu préformaté	32 %	23 %	20 %	56 %	31 %
Information attribuée à un autre média	0 %	0 %	17 %	16 %	6 %

Les éléments d'« effort journalistique original » sont environ 15 % moins nombreux que dans le tableau précédent. Ils représentent environ 42 % des éléments de démarche journalistique *principale*. La différence de pourcentage observée dans les tableaux 4.2 et 4.3 représente le pourcentage d'« effort journalistique original » qui a été complémentaire à une autre forme de démarche qui, elle, a été déterminante quant à l'information rapportée dans l'article. Le 15 % d'écart représente les articles dans lesquels l'« effort journalistique original » a permis de récolter l'information contextualisant une nouvelle. Le 42 % représente les articles dont la nouvelle a été générée par des entrevues ou de la recherche. Le *Journal de Montréal* et *La Presse* ont présenté une majorité d'articles dont la nouvelle repose sur un « effort

journalistique original », contrairement au *Devoir* et au *Métro*. Cela veut dire que les nouvelles présentées par le *Journal de Montréal* et *La Presse* ont davantage été générés par des entrevues ou de la recherche, que celles du *Devoir* et du *Métro*.

Notre hypothèse prévoyait que l'« effort journalistique original » représenterait une proportion plus grande de l'ensemble des éléments démarche journalistique que des éléments démarche journalistique *principale*. Cette hypothèse a été élaborée à partir des résultats d'une étude de Leon V. Sigal (1973). Nos résultats confirment cet écart. Il s'explique selon l'auteur par le fait que les nouvelles émergent en partie d'événements officiels, de conférences de presse et de communiqués de presse.

L'analyse du tableau 4.2 a permis de constater que les éléments d'« effort journalistique original » sont plus nombreux que les éléments d'autres formes de démarche journalistique. Le tableau 4.3 vient quant à lui nuancer ce résultat en détaillant dans quelle proportion l'« effort journalistique original » a déterminé la nouvelle présentée dans un article et dans quelle proportion il a permis de récolter l'information qui contextualise une nouvelle.

#### 4.3 Présentation de la forme sous laquelle l'« effort journalistique original » a été présenté

Nous exposerons d'abord en détail quels éléments d'« effort journalistique original » ont été privilégiées par les journalistes. Les journalistes ont-ils davantage mené des entrevues ou fait de la recherche? Nous exposerons ensuite l'« effort journalistique original » par rapport aux sources citées, aux genres journalistiques et aux sujets présentés. Selon nos hypothèses, les journalistes citeraient davantage des sources non officielles lorsqu'ils font des efforts journalistiques originaux. Les journalistes



écrivent plus d'articles de genres journalistiques variés lorsqu'ils font des efforts journalistiques originaux. Ils sont aussi plus susceptibles de traiter de sujets variés.

#### 4.3.1 Présentation des éléments de démarche journalistique spécifiques qui consiste en un « effort journalistique original » dans les quotidiens

Tableau 4.4  
Portrait des éléments d'« effort journalistique original » dans les quotidiens

Quotidiens	Journal de Montréal N=144	La Presse N=164	Le Devoir N=49	Métro N=11	Total N=363
<b>Entrevue</b>	<b>50 %</b>	<b>34 %</b>	<b>31 %</b>	<b>55 %</b>	<b>40 %</b>
Entrevue en personne	9 %	2 %	8 %	0 %	6 %
Entrevue par téléphone	3 %	2 %	4 %	9 %	3 %
Entrevue par courriel	0 %	1 %	4 %	9 %	1 %
Tentative d'entrevue	6 %	1 %	2 %	0 %	3 %
Entrevue (général)	32 %	27 %	12 %	36 %	27 %
<b>Recherche</b>	<b>50 %</b>	<b>66 %</b>	<b>69 %</b>	<b>45 %</b>	<b>60 %</b>
Documents (général)	19 %	21 %	6 %	9 %	18 %
Documents judiciaires	8 %	6 %	2 %	0 %	6 %
Documents de la commission Charbonneau	6 %	16 %	2 %	0 %	10 %
Revue de presse	17 %	18 %	55 %	36 %	23 %
Web	0 %	6 %	4 %	0 %	3 %
Constatation du journaliste	1 %	0 %	0 %	0 %	0 %

L'« effort journalistique original » s'est révélé sous différentes formes d'entrevue et de recherche. De façon générale, les journalistes ont fait plus de recherche que d'entrevues. Le *Journal de Montréal* et *La Presse* ont privilégié la recherche de documents de toutes sortes, dont des documents judiciaires et de la commission

Charbonneau. La forme de recherche privilégiée par le *Devoir* et le *Métro* a été ce que nous avons désigné par défaut comme la « revue de presse » (23 %) qui demande moins de temps que les autres formes de recherche. Ces résultats permettent également d'observer que les journalistes ne se déplacent pas sur le terrain pour faire de la recherche ou du moins de manière marginale. Un seul quotidien a présenté une recherche sur le terrain. Il s'agit du Journal de Montréal pour l'article « Orgie de dépenses au Hélène-de-Champlain ». Le journaliste constate la stagnation des projets de rénovation du restaurant<sup>62</sup>. Certains documents judiciaires consultés, comme des dénonciations en vue d'obtenir un mandat de perquisition doivent être récupérées au palais de justice, mais ils représentent une minorité des documents auxquels les journalistes font référence. La plupart des documents semblaient être disponibles en quelques clics sur le Web, à condition de savoir quoi chercher<sup>63</sup>.

Les journalistes ont d'ailleurs rarement spécifié quel type d'entrevue ils avaient menée, soit en personne, au téléphone ou par courriel. S'ils spécifiaient quel type d'entrevue ils avaient menée, c'était surtout pour mentionner ou donner des indices qu'ils avaient rencontré la source en personne. Le lecteur peut seulement constater que le journaliste s'est déplacé pour mener une entrevue si ce dernier le mentionne. En ne spécifiant pas le contexte d'une entrevue, le journaliste indique par défaut au lecteur qu'il ne s'est pas déplacé. La raison est simple : le lecteur ne peut pas savoir que le journaliste s'est déplacé, si le journaliste n'indique pas au lecteur qu'il s'est déplacé. Le lecteur doit pouvoir lire la démarche du journaliste pour en prendre

---

<sup>62</sup> Fortin, Jean-Louis (2013). « Orgie de dépenses aux Hélène-de-Champlain », Journal de Montréal (Montréal), samedi 19 octobre, p. 4 à 6.

<sup>63</sup> Selon ce qu'a révélé l'analyse qualitative.

connaissance. En suivant cette logique, les journalistes semblent avoir surtout interviewé leurs sources à distance. Nous n'avons par ailleurs pas répertorié de questions posées en point de presse pouvant être attribué au journaliste qui a écrit l'article. Un article du *Métro* présente la trace « en marge d'un point de presse » et un article du *Devoir* présente « Questionné [lors d'un point de presse] sur sa crédibilité [...] il a rétorqué ». Or, la question peut avoir été posée par un autre journaliste. Nous avons donc classé ces citations comme ayant été obtenues en point de presse.

Notre hypothèse prévoyait que l'« effort journalistique original » se retrouverait dans les traces écrites qui indiquent que le journaliste s'est déplacé pour rencontrer ses sources ou qu'il a recensé plusieurs documents. Nos résultats démontrent bel et bien que les journalistes ont fait de la recherche et mené des entrevues. L'analyse révèle qu'ils ont fait plus de recherche que d'entrevues. Le *Journal de Montréal* et *La Presse* semblent avoir mené des recherches plus approfondies que le *Devoir* et le *Métro*. Dans l'ensemble, il est possible de constater que les journalistes ont mené en majorité de la recherche et des entrevues dans le confort de la salle de nouvelles.

#### 4.3.2 Présentation des sources citées par démarche journalistique et selon l'« effort journalistique original » présenté dans les quotidiens

Nous avons ensuite analysé les sources associées à l'« effort journalistique original », puis nous les avons comparées aux sources associées aux autres démarches journalistiques. Il faut rappeler que les sources officielles sont dans le présent contexte les sources qui sont liées au gouvernement ou les sources publiques. Il s'agit des politiciens provinciaux, des institutions publiques comme le DGEQ, des employés municipaux non élus (comme des relationnistes employés par



la Ville de Montréal), des personnes liées au système de justice, mais aussi des candidats aux élections municipales et des anciens élus. Les sources non officielles sont les sources qui ne sont pas liées au gouvernement ou qui ne sont pas publiques. Dans cette section nous présenterons deux tableaux aux catégories détaillées.

Tableau 4.5  
Portrait des sources citées par démarche journalistique

Démarche journalistique	Effort journalistique original (Haut-niveau de démarche) N = 368	Événement organisé à l'avance couvert sur place N = 70	Événement organisé à l'avance non couvert sur place ou contenu pré-formaté N = 184	Information attribuée à un autre média N = 41	Total N=663
Source non-officielles	32 %	3 %	5 %	66 %	24 %
Source anonyme	3 %	0 %	0 %	0 %	2 %
Archives	9 %	0 %	0 %	0 %	5 %
Artistes	1 %	0 %	1 %	0 %	1 %
Citoyens	2 %	0 %	0 %	2 %	1 %
Entreprises	11 %	1 %	2 %	5 %	7 %
Experts	2 %	1 %	0 %	0 %	2 %
Groupes d'intérêt	1 %	0 %	2 %	0 %	1 %
Journaliste	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %
Mafia <sup>64</sup>	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %
Media	0 %	0 %	0 %	54 %	3 %
Sondages	0 %	0 %	0 %	5 %	0 %

<sup>64</sup> La catégorie mafia apparaît comme correspondant à 0% du corpus, parce que nous avons enlevé les décimales pour faciliter la lecture. Toutefois, un membre de la mafia est cité dans un article.

<b>Syndicats</b>	<b>4 %</b>	<b>0 %</b>	<b>1 %</b>	<b>0 %</b>	<b>2 %</b>
<b>Source officielles</b>	<b>68 %</b>	<b>97 %</b>	<b>95 %</b>	<b>34 %</b>	<b>76 %</b>
<b>Gouvernement</b>	<b>4 %</b>	<b>13 %</b>	<b>3 %</b>	<b>0 %</b>	<b>4 %</b>
<b>Institutions publics</b>	<b>18 %</b>	<b>1 %</b>	<b>11 %</b>	<b>0 %</b>	<b>13 %</b>
<b>Partis politiques municipaux</b>	<b>33 %</b>	<b>83 %</b>	<b>80 %</b>	<b>32 %</b>	<b>51 %</b>
<b>Employés municipaux (non-élus)</b>	<b>4 %</b>	<b>0 %</b>	<b>1 %</b>	<b>0 %</b>	<b>3 %</b>
<b>Justice</b>	<b>8 %</b>	<b>0 %</b>	<b>0 %</b>	<b>2 %</b>	<b>5 %</b>

La majorité des sources citées entre dans la catégorie « sources officielles ». Les sources non officielles ont été davantage citées grâce à l'« effort journalistique original ». L'« effort journalistique original » permet de citer 30 % plus de sources non officielles que les autres catégories, à l'exception de la catégorie « Information attribuée à un autre média » qui ne représente qu'une proportion marginale du corpus. Les sources officielles ont plus de probabilité d'être citées lorsqu'elles tiennent une conférence de presse ou envoient un communiqué de presse aux journalistes. En contrepartie, les sources non officielles ont plus de probabilités d'être citées lorsqu'elles sont interviewées ou si un journaliste a effectué de recherche sur elles. Les sources non officielles sont par définition moins accessibles que les sources

officielles. Il est donc normal qu'elles soient surtout citées grâce à l'« effort journalistique original ». La même logique s'applique pour la catégorie « Information attribuée à un autre média ». Un journaliste cite un autre média seulement si la

nouvelle est importante et qu'il ne peut la confirmer. La source de l'autre média est donc difficile d'accès.

Tableau 4.6  
Portrait des sources citées selon l'« effort journalistique original » présenté par quotidiens

« Effort journalistique original » N=363					
Quotidiens	Journal de Montréal N=144	La Presse N=164	Le Devoir N=49	Métro N=11	Total N=363
<b>Sources non officielles</b>	<b>36 %</b>	<b>30 %</b>	<b>24 %</b>	<b>55 %</b>	<b>32 %</b>
Source anonyme	1 %	4 %	2 %	0 %	3 %
Archives	9 %	9 %	8 %	18 %	9 %
Artistes	2 %	0 %	0 %	0 %	1 %
Citoyens	4 %	0 %	0 %	0 %	2 %
Entreprises	8 %	12 %	4 %	0 %	9 %
Experts	4 %	1 %	0 %	18 %	2 %
Groupes d'intérêt	0 %	0 %	2 %	9 %	1 %
Journaliste	1 %	0 %	0 %	0 %	0 %
Mafia	0 %	1 %	0 %	0 %	0 %
Média	3 %	0 %	4 %	0 %	2 %
Sondages	1 %	0 %	0 %	0 %	0 %
Syndicats	3 %	4 %	4 %	9 %	4 %
<b>Sources officielles</b>	<b>64 %</b>	<b>70 %</b>	<b>76 %</b>	<b>45 %</b>	<b>68 %</b>
Gouvernement	2 %	4 %	8 %	9 %	4 %
Institutions publiques	8 %	10 %	4 %	0 %	8 %
Partis politiques	35 %	25 %	55 %	36 %	33 %



municipaux					
Employés municipaux (non-élus)	15 %	25 %	8 %	0 %	18 %
Justice	4 %	6 %	0 %	0 %	4 %

L'« effort journalistique original » présenté par les quotidiens leur a permis de citer environ la même proportion de sources officielles et non officielles, c'est à dire près de 30 % de sources non officielles pour 70 % de sources officielles, à l'exception du *Métro*. Seul l'« effort journalistique original » présenté par le *Métro* a permis de citer une majorité de sources non officielles (55 %), qui sont surtout des experts et des archives. Il faut cependant noter que ce quotidien a présenté très peu d'éléments d'« effort journalistique original » (11 sur 363). L'« effort journalistique original » présenté dans le *Devoir*, *La Presse* et le *Journal de Montréal* est associé à une majorité de sources officielles. *La Presse* a cité autant d'employés municipaux que de candidats municipaux, alors que le *Devoir*, le *Journal de Montréal* ont surtout cité des candidats municipaux. Les sources non officielles citées par ces quotidiens sont principalement des archives ou des personnes représentant une entreprise.

Notre hypothèse prévoyait que l'« effort journalistique original » permettrait de croiser plusieurs sources diversifiées dont l'autorité et la pertinence varieraient (témoin, expert, etc.) et de citer plus de sources non officielles que les autres formes de démarches (Bennett, 2009; Hansen, 1991; Roberts, 1988; Ettema et Glasser, 1987; Sigal, 1973). Comme nous pouvons le constater, l'« effort journalistique original » a permis de citer plus de sources officielles que de sources non officielles. Il se démarque toutefois des autres formes de démarche en ayant permis de citer les sources les plus diversifiées et le plus grand nombre de sources non officielles. Nos résultats révèlent également que trois des quatre quotidiens ont cité des sources

officielles et non officielles par l'« effort journalistique original » dans une proportion semblable.

#### 4.3.3 Présentation des genres journalistiques des articles par démarche journalistique et selon l'« effort journalistique original »

Nous avons ensuite analysé l'« effort journalistique original » par rapport aux genres journalistiques auxquels il a mené. Les différents genres journalistiques incarnent une façon différente de présenter les faits et se distinguent par la démarche qu'ils sous-tendent (PEJ, 2003, p.19). L'enquête ressemble à la nouvelle dans sa forme, mais demande au journaliste de faire plusieurs « efforts journalistiques originaux » sur une longue période de temps. Le reportage demande moins de temps à écrire, mais est différent de la nouvelle, puisqu'il s'intéresse au contexte social d'une situation et non à la situation en elle-même. L'analyse est une mise en perspective des faits qui demandent de la recherche. Le portrait des genres journalistiques révèle comment les quotidiens ont réparti leurs efforts journalistiques originaux. Pour l'exposer en détail, nous avons élaboré quatre tableaux.

Tableau 4.7  
Portrait des genres journalistiques par démarches journalistiques

Démarche journalistique	Effort journalistique original (haut niveau de démarche) N = 368	Événement organisé à l'avance couvert sur place N = 70	Événement organisé à l'avance non couvert sur place ou contenu préformaté N = 184	Information attribuée à un autre média N = 41	Total N = 663
Analyse	3 %	0 %	0 %	5 %	2 %

<b>Nouvelle</b>	<b>27 %</b>	<b>94 %</b>	<b>92 %</b>	<b>80 %</b>	<b>56 %</b>
<b>Enquête</b>	<b>42 %</b>	<b>0 %</b>	<b>1 %</b>	<b>5 %</b>	<b>24 %</b>
<b>Entrevue</b>	<b>4 %</b>	<b>3 %</b>	<b>0 %</b>	<b>2 %</b>	<b>3 %</b>
<b>Nouvelle exclusive</b>	<b>18 %</b>	<b>0 %</b>	<b>1 %</b>	<b>2 %</b>	<b>10 %</b>
<b>Portrait</b>	<b>2 %</b>	<b>0 %</b>	<b>0 %</b>	<b>5 %</b>	<b>1 %</b>
<b>Reportage</b>	<b>4 %</b>	<b>3 %</b>	<b>6 %</b>	<b>0 %</b>	<b>4 %</b>

Nous constatons que 42 % de l'« effort journalistique original » est présent dans des enquêtes, soit le genre journalistique le plus lié au rôle de chien de garde de la démocratie (Sormany, 2000, p. 422). C'est d'ailleurs surtout de l'« effort journalistique original » qui est présent dans les enquêtes, les autres formes de démarche journalistique étant peu ou pas du tout associées à l'enquête. Cela s'explique par le fait que le journalisme d'enquête requiert que la démarche du journaliste soit fondée sur « un questionnement et sur un effort de vérification méthodique » (Sormany, 2014, emplacement 6884). La même constatation peut être faite pour les nouvelles exclusives. Il est ensuite possible de constater que 27 % des éléments d'« effort journalistique original » et plus de 80 % des autres formes de démarche journalistique ont mené à des nouvelles<sup>65</sup>. Cela est encore plus flagrant lorsqu'on analyse les éléments de démarche journalistique *principale*.

---

<sup>65</sup> Nos tableaux présentent les données sous forme de pourcentage par colonne. Si nous croisons les données autrement (en inversant les lignes et les colonnes), il serait possible d'observer que le total des nouvelles contient 27% d'éléments d'« effort journalistique original » et 73% d'éléments d'autres formes de démarche journalistique. Le total des enquêtes contient 98% d'éléments d'« effort journalistique original » et 2% d'éléments d'autres forme de démarche.



Tableau 4.8

Portrait du genre journalistique des articles par démarche journalistique *principale*

Démarches journalistiques principales	Effort journalistique original (haut niveau de démarche) N = 59	Événement organisé à l'avance couvert sur place N = 30	Événement organisé à l'avance non couvert sur place ou contenu préformaté N = 44	Information attribuée à un autre média N = 9	Total N = 142
Analyse	3 %	0 %	0 %	11 %	2 %
Nouvelle	29 %	100 %	98 %	89 %	69 %
Enquête	29 %	0 %	0 %	0 %	12 %
Entrevue	12 %	0 %	0 %	0 %	5 %
Nouvelle exclusive	19 %	0 %	0 %	0 %	8 %
Portrait	5 %	0 %	0 %	0 %	2 %
Reportage	3 %	0 %	2 %	0 %	2 %

En analysant le tableau 4.6, il est même possible d'affirmer que sans l'« effort journalistique original » l'actualité serait presque seulement composée de nouvelles, soit de comptes rendus d'événements. C'est seulement en faisant des « efforts journalistiques originaux » qu'un journaliste peut écrire d'autres types de texte que des nouvelles. La nouvelle est un genre journalistique à l'essence du rôle des journalistes qui exercent leur esprit critique en y présentant l'essentiel des faits nouveaux et en les mettant en contexte. Étant collé sur les événements du jour, il ne s'agit toutefois pas d'un genre pour lequel les journalistes explorent une question

d'eux-mêmes pour en extraire une information significative, comme pour un reportage ou une enquête (Sormany, 2000, p.114). En ne publiant que des nouvelles, les quotidiens risqueraient de surtout jouer un rôle de porte-voix, du moins d'exercer leur esprit critique de façon limitée.

Les tableaux précédents ont permis de donner une vue d'ensemble des genres journalistiques associés à l'« effort journalistique original ». Pour faciliter la compréhension de notre analyse des genres journalistiques associés à l'« effort journalistique original » par quotidien, nous proposons d'analyser à la fois les genres journalistiques qu'ils ont présentés de façon générale et les genres journalistiques dans lesquels l'« effort journalistique original » a été concentré.

Tableau 4.9  
Portrait des genres journalistiques par quotidiens

Quotidiens	Journal de Montréal N=47	La Presse N=40	Le Devoir N=30	Métro N=25	Total N=1 42
Analyse	1	0	2	0	3
Nouvelle (compte- rendu)	30	22	21	24	97
Enquête	10	7	0	0	17
Entrevue	3	3	1	1	8
Nouvelle exclusive	1	7	3	0	11
Portrait		1	2	0	3
Reportage	2	0	1	0	3

**Tableau 4.10**  
**Portrait des genres journalistiques selon l'« effort journalistique original » présenté**  
**par quotidiens**

<b>« Effort journalistique original »</b>					
<b>N=363</b>					
<b>Quotidiens</b>	<b>Journal de Montréal N=144</b>	<b>La Presse N=164</b>	<b>Le Devoir N=49</b>	<b>Métro N=11</b>	<b>Total N=363</b>
<b>Analyse</b>	<b>3 %</b>	<b>0 %</b>	<b>12 %</b>	<b>0 %</b>	<b>3 %</b>
<b>Nouvelle (compte- rendu)</b>	<b>22 %</b>	<b>19 %</b>	<b>55 %</b>	<b>100 %</b>	<b>27 %</b>
<b>Enquête</b>	<b>58 %</b>	<b>43 %</b>	<b>0 %</b>	<b>0 %</b>	<b>42 %</b>
<b>Entrevue</b>	<b>6 %</b>	<b>4 %</b>	<b>2 %</b>	<b>0 %</b>	<b>4 %</b>
<b>Nouvelle exclusive</b>	<b>4 %</b>	<b>32 %</b>	<b>16 %</b>	<b>0 %</b>	<b>18 %</b>
<b>Portrait</b>	<b>0 %</b>	<b>2 %</b>	<b>6 %</b>	<b>0 %</b>	<b>2 %</b>
<b>Reportage</b>	<b>7 %</b>	<b>0 %</b>	<b>8 %</b>	<b>0 %</b>	<b>4 %</b>

Nous pouvons constater que le *Journal de Montréal* et *La Presse* sont les seuls quotidiens qui ont présenté des enquêtes. C'est d'ailleurs à travers ce genre journalistique qu'ils ont présenté le plus « d'effort journalistique original ». En effet, 58 % de l'« effort journalistique original » présenté par le *Journal de Montréal* a mené à 10 enquêtes. En contrepartie, 22 % de l'« effort journalistique original » présenté par le *Journal de Montréal* a mené à 30 nouvelles. Du côté de *La Presse*, 43 % de l'« effort journalistique original » présenté a mené à sept enquêtes. En contrepartie, 19 % de l'« effort journalistique original » présenté a mené à 22 nouvelles. *La Presse* est d'ailleurs le quotidien qui a présenté le plus de nouvelles exclusives. Il est donc possible de déduire que les ressources journalistiques du



*Journal de Montréal* et de *La Presse* ont été plus affectées à produire des enquêtes qu'à produire des nouvelles. À l'opposé, environ 55 % de l'« effort journalistique original » présenté par *Le Devoir* a mené à des nouvelles. *Le Devoir* est toutefois le seul quotidien avec le *Journal de Montréal* à avoir présenté des analyses. Enfin, le seul article présenté par le *Métro* qui n'est pas une nouvelle est un article qui est écrit sous forme de question-réponse (entrevue).

Notre hypothèse prévoyait que l'« effort journalistique original » serait présenté dans des articles de genres journalistiques variés (PEJ, 2004; Hansen, 1990; Roberts, 1988). L'analyse de nos résultats permet de constater que l'« effort journalistique original » est la forme de démarche journalistique qui est présentée dans le plus de genres journalistiques variés. Sans l'« effort journalistique original », l'actualité sera d'ailleurs presque seulement composée de nouvelles. Cette forme de démarche est à la base d'article prenant la forme de reportages, d'enquêtes, d'analyses et de nouvelles exclusives, en plus d'être présente dans des nouvelles. Il est à noter que le *Journal de Montréal* et *La Presse* sont les deux quotidiens ayant présenté le plus de genres journalistiques variés et les seuls à présenter des enquêtes. Le genre journalistique privilégié du *Devoir* et *Métro* est la nouvelle.

#### 4.3.4 Présentation des sujets des articles par démarche journalistique et selon l'« effort journalistique original »

Nous avons enfin analysé les sujets, soit les aspects de l'enjeu « corruption et intégrité » qui ont été exposés. Pour faciliter la compréhension de l'analyse des sujets traités, nous croiserons d'abord les sujets couverts (142 unités) et les éléments de démarche journalistique *principale* (142 unités) qui, comme l'explique la définition de Sigal, sont les éléments qui déterminent l'information rapportée

dans un article, donc son sujet. Nous nous concentrerons donc sur l'analyse des éléments de démarche journalistique *principale*, puisque ce sont ces éléments qui peuvent vraiment mener à vérifier notre hypothèse.

Tableau 4.11  
Portrait des sujets traités par démarche journalistique principale

Démarches journalistiques principales	Effort journalistique original (haut niveau de démarche) N = 59	Événement organisé à l'avance couvert sur place N = 30	Événement organisé à l'avance non couvert sur place ou contenu préformaté N = 44	Information attribuée à un autre média N = 9	Total N = 142
Lutte contre la corruption	25 %	57 %	39 %	0 %	35 %
Procès, poursuite, enquête policière	15 %	10 %	30 %	44 %	20 %
Politiciens corrompus	24 %	17 %	20 %	22 %	21 %
Politiciens qui ne sont pas intègres	5 %	17 %	7 %	0 %	8 %
Corruption et intégrité (en général)	12 %	0 %	5 %	22 %	8 %
Cas spécifiques de corruption	10 %	0 %	0 %	11 %	5 %
Corruption comme une seule activité parmi un ensemble de méthodes organisées	7 %	0 %	0 %	0 %	3 %
Opinion des citoyens	2 %	0 %	0 %	0 %	1 %

Nous constatons que trois de nos huit catégories de sujets n'auraient pu faire l'objet de nouvelles, si les journalistes rapportaient seulement le contenu d'événements organisés à l'avance, donc de conférences ou de communiqués de presse. En effet, les catégories « cas spécifiques de corruption », « corruption comme une seule activité parmi un ensemble de méthodes organisées » et « opinion des citoyens » n'auraient pas fait l'objet d'articles sans l'« effort journalistique original ». Aucun de ces aspects de l'enjeu n'a en effet été fondé sur de l'information rapportée grâce à la couverture d'événements organisés à l'avance.

Nous nous permettons d'exclure de cette constatation la catégorie « information attribuée à un autre média ». Les journalistes rapportent l'information d'autres médias lorsqu'ils jugent qu'ils doivent se conformer à la couverture de leurs concurrents (Charron, 2000, p.22). Ils peuvent parfois confirmer l'information par eux-mêmes, puis la rapporter, mais lorsqu'ils n'y parviennent pas, il attribue l'information au média concurrent qui a publié la nouvelle (Sormany, 2000, p.153-155). Lorsqu'un journaliste rapporte une information récoltée par un autre média, cette information a déjà été publiée. Le journaliste ne couvre pas l'enjeu sous un nouvel angle lorsqu'il rapport l'information d'un autre média. Au contraire, il contribue à l'uniformisation de la couverture de l'actualité (Charron, 2000, p.22). Le journaliste diversifie la couverture de l'enjeu en rapportant l'information d'un autre média seulement s'il le fait dans le cadre d'un texte d'analyse, qui consiste à donner une signification à plusieurs faits déjà connus en les mettant en relation (Sormany, 2000, p.116). La catégorie « information attribuée à un autre média » n'est donc pas aussi déterminante que l'« effort journalistique original ». En bref, l'« effort journalistique original » permet de couvrir des sujets qui ne l'auraient peut-être pas été autrement.



Nous constatons également que les trois catégories de sujets faisant l'objet du plus d'articles de façon générale sont « lutte contre la corruption », « procès, poursuite, enquête policière » et « politiciens corrompus ». Cela s'explique d'abord par le fait que la lutte à la corruption a été davantage abordée par les candidats municipaux qui ont été très cités par les quotidiens, à travers toutes les formes de démarche. Cela s'explique ensuite par le fait que la corruption est un phénomène caché (Thompson, 2000, emplacement 519) difficile à exposer autrement qu'en croisant plusieurs sources, en faisant de la recherche et en menant des entrevues (Sormany, 2014, emplacement 6889-6948). Nous développerons plus amplement cette idée dans la discussion.

L'analyse précédente a permis de donner une vue d'ensemble des sujets associés à l'« effort journalistique original ». Pour faciliter la compréhension de notre analyse des sujets associés à l'« effort journalistique original » par quotidien, nous proposons en continuité avec le premier tableau d'analyser les sujets présenté par quotidiens par rapport à l'« effort journalistique original » comme démarche journalistique *principale*.

Tableau 4.12

Portrait des sujets traités selon l'« effort journalistique original » comme démarche journalistique *principale* présenté par quotidiens

« Effort journalistique original » comme démarche journalistique <i>principale</i> N= 59					
Quotidiens	Journal de Montréal N=25	La Presse N=22	Le Devoir N=10	Métro N=2	Total N=59
Lutte contre la corruption	12 %	27 %	50 %	50 %	25 %
Procès, poursuite, enquête policière	16 %	18 %	10 %	0 %	15 %
Politiciens corrompus	32 %	23 %	10 %	0 %	24 %
Politiciens qui ne sont pas intègres	8 %	5 %	0 %	0 %	5 %
Corruption et intégrité (en général)	12 %	5 %	20 %	50 %	12 %
Cas spécifiques de corruption	8 %	14 %	10 %	0 %	8 %
Corruption comme une seule activité parmi un ensemble de méthodes organisées	8 %	9 %	0 %	0 %	7 %
Opinion des citoyens	4 %	0 %	0 %	0 %	4 %

Nous constatons que l'« effort journalistique original » présenté par le *Journal de Montréal* et *La Presse* a mené à la couverture de sujets plus diversifiés que le *Devoir* et le *Métro*. Il est possible de constater que l'« effort journalistique original » du *Journal de Montréal* a surtout mené à des articles qui traitent de « politiciens corrompus ». Celui présenté par *La Presse* a mené à presque autant d'articles portant sur la « lutte à la corruption » que sur des « politiciens corrompus », alors

que celui présenté par le *Devoir* a surtout mené à des articles portant sur la « lutte à la corruption ». L'« effort journalistique original » présenté par le *Métro* a mené à deux articles, l'un portant sur la « Lutte à la corruption » et l'autre sur la catégorie « Corruption et intégrité (en général) ». Le *Métro* a donc contribué de façon très marginale à diversifier les sujets traités.

Notre hypothèse prévoyait que l'« effort journalistique original » permettrait de présenter des sujets d'article diversifiés par rapport à l'enjeu étudié (Rosentiel, 2009; Weaver et Wilhoit, 1996, p. 137-138; Charron, 1991, p.153; Sigal, 1973, p. 191). Les tableaux présentés nous démontrent que l'« effort journalistique original » se démarque des autres démarches en ce sens que selon l'analyse du tableau 4.12, certains sujets n'auraient probablement pas été couverts sans l'« effort journalistique original », mais cette corrélation n'est pas flagrante. Autrement dit, l'« effort journalistique original » semble avoir un impact limité sur la diversification des sujets. Nous avons également constaté que les deux quotidiens ayant présenté le plus d'« effort journalistique original » sont aussi les deux quotidiens dont l'« effort journalistique original » a mené à la couverture des sujets les plus diversifiés.

L'analyse de nos résultats a mené à plusieurs faits saillants intéressants qui seront interprétés dans la discussion. Les éléments d'« effort journalistique original » sont 20 % plus nombreux que ce que notre hypothèse prévoyait et ce pourcentage varie selon les quotidiens. Lorsqu'on analyse seulement les démarches *principales* des articles, les éléments d'« effort journalistique original » sont moins nombreux. L'« effort journalistique original » ne détermine donc pas toujours l'information rapportée dans un article, mais peut servir à récolter de l'information qui



contextualisera une nouvelle. Les « efforts journalistiques originaux » repérés dans les articles sont surtout des entrevues et des recherches qui semblent avoir été principalement menées à distance. L'« effort journalistique original » permet de citer en majorité des sources officielles, mais aussi plus de sources non officielles que les autres formes de démarche journalistique. Il se retrouve également, non seulement dans des nouvelles, mais dans des enquêtes, des nouvelles exclusives et des reportages et permet ainsi de varier le regard posé sur l'actualité, chaque genre journalistique poursuivant des objectifs différents. Enfin, sans l'« effort journalistique original », certains aspects de l'enjeu « corruption et intégrité » n'auraient pas fait l'objet d'articles. En ce sens, bien que son impact soit limité, l'« effort journalistique original » permet de diversifier les sujets présentés dans l'actualité.

## CHAPITRE V

### DISCUSSION

#### 5.1 Une proportion d'« effort journalistique original » élevée

Nous avons en effet constaté que les quotidiens avaient présenté environ 20 % plus d'éléments d'« effort journalistique original » que notre hypothèse le prévoyait. Il ne s'agit pas selon nous d'une erreur, mais d'une découverte qui vient compléter la théorie sur l'« effort journalistique original ». Pour bien comprendre ce que nous avançons, il faut se replonger dans le contexte qui entoure notre étude de cas.

La particularité de la campagne électorale municipale de 2013 à Montréal repose sur le fait qu'elle a été précédée et ponctuée de controverses. Depuis 2007, l'industrie de la construction au Québec était touchée par une série de scandales de corruption, plus particulièrement l'industrie de la construction à Montréal. En 2007 et 2008, des enquêtes du *Devoir* et de *La Presse* mettent en lumière les premières allégations de stratagèmes relatifs à des contrats publics, soit le plus gros contrat jamais octroyé par la Ville de Montréal, celui des compteurs d'eau<sup>66</sup>, et celui du

---

<sup>66</sup> Lévesque, Kathleen (2007). «Compteurs d'eau - Conflit d'intérêts à propos d'un contrat de 355 millions», *Le Devoir*, 13 décembre, [En ligne] : [https://www.ceic.gouv.qc.ca/fileadmin/Fichiers\\_client/centre\\_documentaire/CEIC-R-2247.pdf](https://www.ceic.gouv.qc.ca/fileadmin/Fichiers_client/centre_documentaire/CEIC-R-2247.pdf) (page consultée le 10 décembre 2015)

Faubourg Contrecoeur<sup>67</sup>. En mars 2009, un reportage d'enquête expose des allégations de malversation qui concerne la Fédération des travailleurs et des travailleuses du Québec (FTQ) et encore une fois le contrat des compteurs d'eau<sup>68</sup>. En octobre de la même année, *Enquête* dévoilait l'ampleur de la corruption dans le processus d'appels d'offres à Montréal<sup>69</sup>. Le gouvernement Charest avait été forcé de créer l'escouade Marteau<sup>70</sup>, l'Unité permanente anticorruption (UPAC) et finalement, en 2011, la Commission d'enquête sur l'octroi et la gestion des contrats publics dans l'industrie de la construction (CEIC)<sup>71</sup>. La commission Charbonner a révélé au grand jour les stratagèmes qui avaient cours, tandis que les enquêtes policières ont engendré des arrestations, ce qui a créé de nouveaux scandales<sup>72</sup>.

Un an avant la campagne de 2013, le maire de Montréal à l'époque et chef d'Union Montréal, Gérald Tremblay, avait dû démissionner, après que l'ex-organisateur politique d'Union Montréal, Martin Dumont, eut témoigné à la commission

---

<sup>67</sup> Noël, André (2008). «Faubourg Contrecoeur: Montréal a vendu le terrain 1,6 million», *La Presse*, 29 novembre, [En ligne] : <http://www.lapresse.ca/actualites/montreal/200811/29/01-805572-faubourg-contrecoeur-montreal-a-vendu-le-terrain-16-million.php> (page consultée le 10 décembre 2015)

<sup>68</sup> Gravel, Alain et Marie-Maude Denis. (2009). «Scandale à la FTQ», *Enquête, Radio-Canada*, 5 mars, [En ligne] : <http://ici.radio-canada.ca/emissions/enquete/2008-2009/reportage.asp?idDoc=75874> (page consultée le 10 décembre 2015)

<sup>69</sup> Denis, Marie-Maude et Alain Gravel (2009). « Collusion frontale: pratiques douteuses dans l'industrie de la construction », *Enquête, Radio-Canada*, 15 octobre, [En ligne] : <http://ici.radio-canada.ca/emissions/enquete/2009-2010/reportage.asp?idDoc=93395>

<sup>70</sup> La Presse canadienne (2009). «Québec lance l'escouade Marteau», *Radio-Canada*, [En ligne] : <http://ici.radio-canada.ca/nouvelles/politique/2009/10/22/001-construction-divers.shtml> (page consultée le 12 décembre 2015)

<sup>71</sup> TVA Nouvelles (2011). «Charest lance la Commission Charbonneau», *TVA Nouvelles*, 19 octobre, [En ligne] : <http://www.tvanouvelles.ca/2011/10/19/charest-lance-la-commission-charbonneau> (page consultée le 12 décembre 2015)

<sup>72</sup> La Presse Canadienne (2012). «Le long chemin vers une enquête sur la corruption», *Le Droit*, 17 décembre, [En ligne] : <http://www.droit-inc.com/article9137-Le-long-chemin-vers-une-enquete-sur-la-corruption> (page consultée le 10 décembre 2015)



Charbonneau que Gérald Tremblay était au courant des pratiques frauduleuses ayant court à l'hôtel de ville<sup>73</sup>. Le maire par intérim qui l'avait remplacé, Michael Applebaum, a lui-même par la suite dû démissionner après avoir été accusé de complot, fraude, corruption et abus de confiance, en juin 2013<sup>74</sup>.

Un scandale est suivi de désapprobation et de déni de la part des différents acteurs publics. Cette désapprobation entraîne l'ouverture d'enquêtes et ultimement d'accusations qui engendreront d'autres scandales liés au premier (Thompson, 2000, emplacement 605). Selon John B. Thompson :

« Il y a des scandales politiques isolés, mais la plupart du temps, les scandales viennent par vague, alors que chaque scandale amplifie l'enjeu, sa symbolique et sa valeur politique qui pourrait résulter – pour les opposants politiques, les médias et les journalistes – de nouvelles révélations. » [Notre traduction] (Thompson, 2000, 5983).

La population avait été exposée à des scandales de corruption depuis 2009 et quelques mois avant le début de la campagne un second maire avait été forcé de démissionner. Ce contexte a amplifié l'enjeu, alors que sa valeur politique prenait tout son sens en campagne électorale, ce qui a rendu la population hypersensible à la corruption. La corruption était l'enjeu le plus important de cette campagne pour

---

<sup>73</sup> Leduc, Bernard (2013). «Gérald Tremblay : historique d'une démission», *Radio-Canada*, [En ligne] : <http://ici.radio-canada.ca/nouvelles/societe/2013/04/25/004-historique-demission-tremblay.shtml> (page consultée le 12 décembre 2015)

<sup>74</sup> Radio-Canada (2013). « Applebaum démission et clame son innocence », *Radio-Canada*, 18 juin, [En ligne] : <http://ici.radio-canada.ca/nouvelles/societe/2013/06/18/006-michael-applebaum-demission-montreal.shtml> (page consultée le 12 décembre 2015)

les Montréalais<sup>75</sup> et les partis politiques étaient deux fois plus nombreux qu'à l'habitude<sup>76</sup>.

L'hypersensibilité de la population envers un enjeu peut engendrer une couverture intensive de cet enjeu qui est semblable à un *media-hype*. Un *media-hype* est déclenché par un incident qui reçoit une attention anormalement élevée et qui est couvert par tous les médias (Giasson, Brin, Sauvageau, 2010, p.382). Cette situation déclenche une réaction médiatique en chaîne qui connaîtra une succession de vagues (Vasterman, 2005, p.513-515). Lors d'un *media-hype*, les médias concentrent plusieurs ressources à la production d'articles sur l'enjeu concerné et pratiquent l'autoréférence. Lorsqu'un média sort une primeur, ses concurrents développent des nouvelles à partir de la même histoire. Les médias effectuent également de la recherche pour trouver des incidents passés ou présents semblables à celui qui a d'abord attiré l'attention. Cette couverture intensive de l'enjeu mène à son amplification et à l'uniformisation de l'actualité. (Giasson, Brin, Sauvageau, 2010, p.382).

Conformément au modèle du *media-hype*, *La Presse* et le *Journal de Montréal* semblent avoir déployé d'importantes ressources financières et humaines, afin de se faire concurrence et remettre la corruption à l'avant-plan de l'actualité. *La Presse* a produit sept enquêtes et le *Journal de Montréal* a produit dix enquêtes. Le journalisme d'enquête concerne des dossiers où de l'information a été

---

<sup>75</sup> Corriveau, Jeanne (2013). «Côté y croît toujours, malgré la chute des appuis», *Le Devoir*, 17 octobre, p.A-2.

<sup>76</sup> Shaffer, Marie-Ève (2013). Deux fois plus de partis politiques au municipal depuis quatre ans, *Le Métro*, 13 septembre, p. 6

volontairement dissimulée, parce qu'elle a trait à des activités illégales, confidentielles ou privées, des erreurs politiques ou de l'information complexe qui nécessite d'être recoupée par plusieurs sources pour être comprise (Sormany, 2011, emplacement 6897). Cette forme de journalisme est coûteuse parce qu'elle demande beaucoup de recherches et de temps. Elle est menée parce qu'elle donne de la crédibilité au média qui l'exerce et lui permet de se démarquer de la concurrence (Desjardins, 2003, p.131).

Les quotidiens ont d'ailleurs pratiqué l'autoréférence. Lorsqu'un quotidien produisait une enquête, ses concurrents produisaient des articles sur le même sujet à leur tour. L'exemple le plus frappant de ce yoyo médiatique est la controverse entourant Bibiane Bovet, la candidate dans l'arrondissement du Plateau-Mont-Royal du Vrai changement pour Montréal, le parti de Mélanie Joly. Le vendredi 18 octobre, *La Presse* a publié un texte fouillé mettant en doute son intégrité<sup>77</sup>. Le lendemain, *Le Journal de Montréal* a publié un article sur les réactions des candidats<sup>78</sup>. De son côté, *La Presse* a publié un nouvel article dans lequel on apprend que l'Autorité des marchés financiers enquête sur l'entreprise de Bibiane Bovet. *La Presse* accompagne l'article d'un encadré sur les réactions qu'avaient eu les politiciens la veille<sup>79</sup>. Durant la fin de semaine, le *Journal de Montréal* qui est le seul des quatre quotidiens à publier une édition le dimanche, a fait paraître un reportage sur les réactions de

---

<sup>77</sup> Teisceira-Lessard, Philippe, Marie Bernier et Hugo Pilon-Larose (2013). «Candidate du groupe Mélanie Joly: d'escorte à candidate», *La Presse*, 18 octobre, p. A2.

<sup>78</sup> Lefebvre, Sarah-Maude (2013). «Élections /Montréal : Escorte dans l'équipe Joly, ses opposants crient à l'amateurisme», *Journal de Montréal*, 19 octobre, p.22.

<sup>79</sup> Teisceira-Lessard, Philippe, Vincent Brousseau-Pouliot, Jasmin Lavoie et Karim Benessaïh (2013). «Sollicitation pour un projet d'investissement: l'AMF a Bibiane Bovet à l'œil», *La Presse*, 19 octobre, p.A14.



résidents de l'arrondissement de la candidate<sup>80</sup>. Le jour même, Mélanie Joly a annoncé la démission de Bibiane Bovet et ses adversaires ont réagi à nouveau en l'attaquant, peut-on lire le lundi 21 octobre dans *La Presse*<sup>81</sup>, le *Métro*<sup>82</sup> et le *Journal de Montréal*<sup>83</sup> qui accompagne l'article d'un portrait de Bibiane Bovet<sup>84</sup>.

Le *media-hype* peut s'expliquer par la concurrence entre les différents médias, mais aussi par le fait que les médias veulent surfer le plus longtemps possible sur cette vague médiatique, afin de rentabiliser les ressources investies dans la couverture de l'enjeu. Durant la campagne, lorsqu'un média produisait une enquête, elle était parfois déclinée en plusieurs articles, possiblement dans le but de rentabiliser les efforts investis. Par exemple, le *Journal de Montréal* a fouillé les archives de la commission Charbonneau en début de campagne pour trouver les candidats cités durant les audiences qui se représentaient aux élections. Il a publié deux articles à partir de cette enquête : le premier article révélait que 16 maires (d'arrondissement montréalais et d'autres villes québécoises) cités à la commission Charbonneau ou qui font face à des accusations criminelles liées à la corruption sollicitaient un nouveau mandat aux élections<sup>85</sup>. Le deuxième article révélait que 55 maires ou anciens maires avaient été cités à la commission Charbonneau ou faisaient face à

---

<sup>80</sup> Lefebvre, Sarah-Maude (2013). «Élections /Montréal : Escorte dans l'équipe Joly, ses opposants crient à l'amateurisme», *Journal de Montréal*, 19 octobre, p.22.

<sup>81</sup> Teisceira-Lessard, Philippe (2013). «"Une erreur de bonne foi" : les soupçons de l'AMF ont convaincu Mélanie Joly de montrer la porte à Bibiane Bovet», *La Presse*, 21 octobre, p.A5.

<sup>82</sup> Léouzon, Roxane (2013). «Mélanie Joly retire son appui à Bibiane Bovet», *Métro*, 21 octobre, p.1.

<sup>83</sup> Gagné, Marie-Pier (2013). «Joly admet son erreur et écarte l'ex-escorte», *Journal de Montréal*, 21 octobre, p.2.

<sup>84</sup> Lefebvre, Sarah-Maude (2013). «"Mélanie Joly m'a trahie", dit Bovet: l'affaire de l'ex-escorte ne nuira pas à la campagne de Joly, selon des experts», *Journal de Montréal*, 22 octobre, p.9.

<sup>85</sup> Bélisle, Sarah (2013). «Commission Charbonneau : 16 maires veulent être réélus malgré les allégations », *Journal de Montréal*, 23 septembre, p.4-5.

des accusations criminelles liées à la corruption<sup>86</sup>. Le lendemain des élections du 3 novembre, le quotidien a publié un article qui exposait lesquels de ces candidats ont été réélus<sup>87</sup>. Les journalistes du *Journal de Montréal* ont mené une enquête qui a demandé du temps, mais qui a pu être décliné en trois articles.

Un *media-hype* n'engendre pas nécessairement plus de contenu découlant d'un « effort journalistique original », mais le fait que les transgressions liées à la corruption soient cachées et complexes (Thompson, 2000, emplacement 519) peut avoir forcé les quotidiens à faire de nombreux « efforts journalistiques originaux » afin de créer des nouvelles sur cet enjeu. Pour devenir une nouvelle ou même un scandale, la corruption doit être exposée au grand jour et les médias jouent un rôle important dans ce processus (Thompson, 2000, 543). Les scandales politiques ne sont pas dévoilés en conférence de presse ni par les politiciens eux-mêmes qui s'en tiennent généralement à leurs lignes de presse en entrevue. C'est en enquêtant et en faisant des « efforts journalistiques originaux » que les journalistes ont le pouvoir de rendre des activités illégales et cachées, comme la corruption, publiques (Sormany, 2011, 6887-6910).

Les phénomènes de scandale ou de *media-hype* ont la mauvaise réputation de nuire au débat public (Thompson, 2000, 5439; Vasterman, 2005, p. 513-515). La couverture intensive d'incidents similaires peut donner l'impression à la population que sa société est en crise, alors que dans les faits la crise est plus ou moins fondée.

---

<sup>86</sup> Bélisle, Sarah (2013). « Commission Charbonneau : des zones plus troubles que d'autres », *Journal de Montréal*, 24 septembre, p.10-11.

<sup>87</sup> Thibault, Eric (2013). « Réélus malgré la commission », *Journal de Montréal*, 4 novembre, p.14.

L'autoréférence entre les médias peut avoir pour effet d'offrir une seule perception sur l'enjeu et d'uniformiser le débat public (Vasterman, *Ibid.*). Il peut également avoir pour effet de distraire la population d'enjeux plus importants. Il peut empêcher les médias de couvrir convenablement d'autres questions d'intérêt public qui mériteraient d'être débattues. Cette théorie de la banalisation fait cependant davantage référence à des scandales « triviaux » comme des scandales sexuels ayant trait à la vie privée de politiciens (Thompson, 2000, 5375-5440). Lorsque ce genre de scandale survient de façon répétitive, cela peut rendre la population méfiante envers, non seulement les politiciens visés par ces scandales, mais envers tous les politiciens et le gouvernement. Cela peut aussi les encourager à accorder plus d'importance à la réputation des représentants de l'État qu'à leurs compétences et à se désintéresser des processus politiques et démocratiques (Thompson, 2000, 5762-5799). Ces conséquences du media -hype peuvent ultimement affaiblir le gouvernement et la légitimité de la démocratie comme régime politique (*Ibid.*).

Cependant, Thompson affirme qu'il ne faudrait pas assumer trop rapidement que les scandales et les *media-hype* vont toujours réduire la qualité du débat public. Au contraire, dans bien des cas les scandales ont mis en lumière des pratiques douteuses et aidé à stimuler des débats d'intérêt public concernant la conduite et les responsabilités de ceux qui détiennent le pouvoir. Les scandales de corruption qui ont marqué l'histoire américaine ont provoqué des réformes significatives et des mécanismes de surveillance du pouvoir permettant de limiter la corruption (Thompson, 2000, 5959). Il résume son point de vue ainsi :

« L'évaluation critique du scandale politique serait trop unilatérale si elle ignorait le rôle très important que les scandales ont joué, à la fois historiquement et ces dernières années, dans la stimulation du débat



public sur les moyens par lesquels le pouvoir politique est acquis et exercé dans nos sociétés, sur les normes de conduite dans la vie publique et sur les moyens par lesquels ceux qui exercent le pouvoir sont tenus responsables de leurs actes devant la société ». [Notre Traduction] (Thompson, 2000, 5966-5976)

La corruption est l'une des formes les plus fondamentales de transgression des règles que peut commettre un politicien (Thompson, 2000, 726-736). Pour cette raison, il est important que les citoyens soient informés des politiciens possiblement corrompus et des solutions proposées pour enrayer ce phénomène. Durant la campagne électorale de 2013, les journalistes ont prouvé qu'il pouvait mettre en lumière la corruption et ainsi rendre les représentants de l'État responsables de leurs actes devant la société, comme le prescrit leur rôle dans la sphère publique (Saint-Jean, 2002, p.64; Létourneau, 2001, p.49; Habermas, 1989). Les efforts qu'ils ont investis dans la couverture de cet enjeu ont eu un impact sur les partis politiques : des candidats ont été forcés de démissionner durant la campagne<sup>88</sup>. Il faut d'ailleurs souligner que les scandales qui ont précédé la campagne ont encouragé les politiciens à promettre des mesures pour enrayer la corruption. Denis Coderre a d'ailleurs réalisé l'une de ses promesses importantes. Un poste d'inspecteur général à la Ville de Montréal a été créé peu de temps après son élection<sup>89</sup>. Si la présence accrue d'« effort journalistique original » ne nous permet pas d'affirmer que cette couverture intensive a permis d'enrichir le débat public, elle nous indique que les quotidiens ont accordé à cet enjeu une couverture qui va dans le sens de l'intérêt public et qui a eu un impact politique.

---

<sup>88</sup> Robert L. Zambito et Bibiane Bovet ont été forcés de démission par leur parti.

<sup>89</sup> Le Devoir (2013). « Feu vert au poste d'inspecteur général », *Le Devoir*, 21 novembre, [En ligne] : <http://www.ledevoir.com/politique/montreal/393264/feu-vert-au-poste-d-inspecteur-general> (page consultée le 10 décembre 2015)

Considérant que les ressources des médias sont limitées, nous sommes toutefois en droit de nous demander quel impact a eu la mise en avant-plan de cet enjeu dans l'actualité sur la couverture des autres enjeux de la campagne. La corruption n'était pas le seul enjeu important. Les transports, la culture, l'itinérance, l'exil des familles et le besoin de dynamiser les artères commerciales étaient des enjeux qui figuraient aux programmes politiques des partis, mais qui semblent avoir été très peu médiatisés en comparaison à la corruption. Il nous est cependant impossible d'évaluer l'impact réel de ce *media-hype* sur les autres enjeux. Une seule chose est certaine, il demeurerait d'intérêt public de débattre de la corruption et donc de médiatiser les enjeux qui l'entouraient.

De façon générale, l'« effort journalistique original » est peu présent dans la couverture de l'actualité (PEJ, 2012, 2009, 2010, 2004, 2000; Rosentiel et Kovach, 2009; Hansen, 2010; Sigal, 1973). Par contre, un enjeu de démocratie fondamentale difficile à exposer qui réunit toutes les caractéristiques pour devenir un scandale peut non seulement engendrer une couverture intensive par les médias, mais une augmentation de la production d'articles contenant des « efforts journalistiques originaux ». En résumé, notre raisonnement est le suivant : les scandales liés à la corruption qui ont précédé la campagne ont rendu la population hypersensible à cet enjeu. En réponse à cette hypersensibilité de la population, les médias se sont lancés dans une couverture intensive de l'enjeu. Pour mettre à jour la corruption qui est secrète et complexe, les médias ont multiplié les « efforts journalistiques originaux » et offert une couverture qui va dans le sens de l'intérêt public.

## 5.2 Des différences entre les quotidiens

Nous avons constaté d'importantes différences entre chacun des quotidiens quant à la présence d'éléments d'« effort journalistique original » présentés dans les articles. Cette constatation tend selon nous à confirmer que les ressources investies dans les salles de nouvelle ont un impact direct sur la production de contenu de qualité, soit de contenu découlant d'« efforts journalistiques originaux » (Rosentiel et Mitchell, 2004; Bogarts, 2004; Lacy, 2000).

« La relation entre investir dans les salles de nouvelles et la qualité du contenu journalistique est complexe : l'argent n'est pas suffisant pour garantir un contenu de qualité, mais pour qu'une organisation de presse produise du contenu de haute qualité de façon constante et à long terme, un soutien financier suffisant est crucial. »  
[Notre traduction] (Lacy 2000, p. 25)

Bien que cette corrélation ne soit pas absolue, il demeure que plus un journaliste est libéré des contraintes de temps quotidiennes pour qu'il puisse se consacrer à mener des entrevues et de la recherche, plus il sera en mesure de produire des enquêtes, des reportages et des nouvelles fouillées (Picard, 2000; Roberts, 1988; Ettema et Glasser, 1987; Sigal, 1973). Or, l'actualité est une roue qui tourne avec son lot d'annonces et d'événements imprévus, alors que les quotidiens sont publiés une fois par jour. Il faut donc employer un nombre suffisant de journalistes par rapport à la largeur et l'épaisseur du quotidien. Il faut aussi leur donner les moyens de produire du contenu intéressant. Plus un quotidien investit dans sa salle de nouvelles, plus ses journalistes sont en mesure de produire un contenu de qualité (Bogart, 2004). Un quotidien peut investir dans sa salle de nouvelles de différentes façons. Il peut :



- Augmenter les allocations budgétaires destinées à la production de nouvelles;
- Augmenter le nombre de journalistes dans sa salle de nouvelles;
- Augmenter l'espace destiné à l'information dans ses pages;
- Assigner plus de journalistes à la production d'articles découlant d'« efforts journalistiques originaux »;
- Diversifier ses employés.

[Notre traduction] (Rosentiel et Mitchell, 2004, p.88)

Selon Stephen Lacy, la circulation du quotidien, donc ses parts de marchés, est également liée à la qualité du contenu qu'il produit, sans l'être exclusivement. Autrement dit, le fait qu'un quotidien se vende énormément et qu'il fasse de bons revenus publicitaires ne garantit pas qu'il produit du contenu de qualité. Toutefois, le fait qu'il ait de bonnes parts de marché lui assure une stabilité qui lui permet à long terme d'investir dans sa salle de nouvelles<sup>90</sup>. S'il décide d'investir dans sa salle de nouvelles, il donne les ressources à ses journalistes pour qu'ils produisent du contenu de qualité. Il assure du même coup la stabilité de ses parts de marché : si un journal remplit ses pages de dépêches d'agences de presse, les lecteurs souhaiteront moins le lire et il verra ses parts de marchés diminuer (*Ibid.*).

---

<sup>90</sup> Lacy, Stephen (2005). « Newspapers can't cut their way back into Wall Street investor's hearts». *Grade the News*, [En ligne] : <http://www.gradethenews.org/commentaries/lacy.htm> (10 décembre 2015).

Notre analyse a démontré que *La Presse* a été le quotidien à présenter le plus d'éléments d'« effort journalistique original », suivi de près par le *Journal de Montréal*. Ces deux quotidiens payants sont plus volumineux et ont des parts de marché plus large que le *Devoir* et le *Métro*<sup>91</sup>. *La Presse* est le quotidien qui compte le plus de journalistes dans sa salle de nouvelles, soit près de 200, en plus de pouvoir s'approvisionner en contenu auprès d'autres médias de Gesca. Le *Journal de Montréal* compte quant à lui un nombre moins élevé de journalistes qu'au *Devoir*, soit une trentaine, mais sa structure lui permet d'engager plus de pigistes et, la convergence étant particulièrement développée au sein de Québecor, de s'approvisionner en contenu auprès d'autres médias collaborateurs (Brin et St-Pierre, 2013, p.24-26). Les deux quotidiens qui ont les plus grandes parts de marchés et les salles de nouvelles contenant le plus de journalistes sont les deux quotidiens qui ont présenté le plus d'éléments d'« effort journalistique original ». Les parts de marchés et la qualité du contenu peuvent être liées. Cela à la condition que le quotidien investisse dans sa salle de nouvelles.

Le nombre de journalistes dans la salle de nouvelles semble en effet prévaloir sur les parts de marchés quant à l'influence que ces deux facteurs peuvent avoir sur la qualité du contenu. Le *Métro*, qui appartient à Transcontinental, a des parts de marché plus grandes que le *Devoir* qui ne fait pas partie d'une entreprise dans laquelle prévaut la convergence et qui fonctionne avec des contraintes budgétaires serrées<sup>92</sup>. Le *Métro* est pourtant le quotidien ayant présenté le moins d'éléments d'« effort journalistique original ». Or, sa salle de nouvelles est plus petite que celle

---

<sup>91</sup> Centre d'étude sur les médias (2015). «Portrait de la propriété dans le secteur des quotidiens au Québec et au Canada», p. 3.

<sup>92</sup> *Ibid.*

du *Devoir*. Elle compte 17 employés à temps complet, alors que le *Devoir* compte 45 employés à temps complet (Brin et St-Pierre, 2013, p.24-26).

Le format du quotidien peut aussi être un facteur qui entre en cause (Hirtzmann et Martion, 2004, p.95). Le *Devoir* est un quotidien indépendant grand format qui présente très peu de publicité et qui est caractérisé par des articles longs et à caractère politique et économique (Boulay, 2002, p.55). Le *Métro* est quant à lui un tabloïd gratuit, donc caractérisé par des articles courts et des pages présentant beaucoup de publicités (près de 50 % du quotidien) (Hirtzmann et Martion, 2004, p.95). Ainsi, bien que le *Devoir* ait un budget plus limité que le *Métro*, son indépendance, ses journalistes plus nombreux, son format et le fait qu'il présente peu de publicité semble avoir un impact sur la qualité du contenu qu'il produit.

Sans qu'il soit exclusif, il semble donc y avoir un lien entre les ressources économiques des quotidiens et la proportion d'« effort journalistique original » qu'ils ont présentée. En ce sens, si un quotidien a de bonnes parts de marchés et qu'il utilise ses ressources économiques pour investir dans sa salle de nouvelles, il peut avoir un effet positif sur la proportion d'articles contenant des « efforts journalistiques originaux ».

L'« effort journalistique original » demeure minimal

Lorsque les journalistes font des « efforts journalistiques originaux », ils décident qui interviewer, quel document consulter et quelle statistique insérer. Ils peuvent ainsi avoir un plus grand contrôle de l'information qu'il récolte qu'en couvrant une conférence de presse par exemple (Hansen, 1990, p. 931). Les journalistes ont plus



de probabilité de citer des sources non officielles par des entrevues ou de la recherche qu'en couvrant un point de presse ou en prenant connaissance d'un communiqué de presse. L'« effort journalistique original » permet donc de donner la parole à des sources qui ne l'auraient pas eu autrement. Les articles découlant d'« efforts journalistiques originaux » sont de genres journalistiques plus variés et traitent de sujets plus diversifiés que les articles qui découlent de la couverture d'événements organisés à l'avance.

En campagne électorale, l'« effort journalistique original » semble toutefois refléter les tendances observées dans le journalisme de production quotidienne. Rappelons que les journalistes qui pratiquent le journalisme de production quotidienne ont de plus en plus tendance à produire des articles rapidement et à moindre coût, c'est-à-dire des nouvelles facilement vérifiables et qui peuvent s'écrire à distance, plutôt que des enquêtes qui demandent de croiser des sources, de faire de la recherche et de se déplacer sur le terrain pour créer une nouvelle (Davies, 2009, p.59). Les journalistes ont recours aux mêmes sources facilement accessibles, soit les sources officielles (Hansen, 1991, p.478), ce qui a pour effet d'uniformiser la couverture de l'actualité (Charron, 2000, p.22). Cela est d'autant plus vrai en campagne électorale, parce que les politiciens font des annonces presque tous les jours (Cormier, 1991, p.33-34).

Notre analyse révèle que les journalistes semblent privilégier les formes de recherche et d'entrevues qui leur permettent le plus d'économiser du temps et de travailler à distance. Notre portrait de l'« effort journalistique original » montre que les journalistes privilégient la recherche qui demande peu de temps et semblent peu se déplacer pour mener des entrevues. Lorsqu'ils mettent en contexte une nouvelle,

il rapporte souvent des faits passés déjà médiatisés sans spécifier la source de l'information. Ils semblent ainsi avoir privilégié la forme de recherche la plus simple, soit la « revue de presse ». La recherche-terrain est quant à elle presque inexistante. Ils spécifient par ailleurs rarement le contexte dans lequel ils ont mené une entrevue. L'absence de contexte porte à croire qu'ils n'ont pas rencontré ces sources en personne et qu'ils travaillent davantage à distance pour gagner du temps comme ce qui est observé dans le journalisme de production quotidienne. Leurs « efforts journalistiques originaux » seraient donc minimaux.

L'« effort journalistique original » semble aussi avoir un effet minimal sur le type de sources citées. En effet, bien que l'« effort journalistique original » permette de citer plus de sources non officielles que les autres formes de démarche journalistique, ici, il est associé à une majorité de sources officielles. Même en faisant preuve d'« effort journalistique original », les journalistes privilégient les sources officielles qui sont plus facilement accessibles que les sources non officielles et demandent donc moins de temps et d'effort à contacter.

À la lumière du portrait des sources citées, il est donc permis de s'interroger à savoir si l'« effort journalistique original » dans la plupart des cas a vraiment permis de sortir de la dimension politique et électorale de l'enjeu de la corruption ou si les journalistes ont simplement fait preuve d'« effort journalistique original » pour situer « la dernière déclaration du chef dans la perspective de la lutte électorale » (Charron, 1991, p. 153-154). En réponse à cette interrogation, l'analyse des genres journalistiques et des sujets couverts peut nous permettre d'évaluer si les journalistes ont seulement fait preuve d'« effort journalistique original » pour

contextualiser des événements et des déclarations des partis politiques ou s'ils en ont aussi fait preuve pour offrir du contenu diversifié sur l'enjeu de la corruption.

L'analyse des genres journalistiques et des sujets couverts tend à nous démontrer que l'« effort journalistique original » a réellement permis aux journalistes de se soustraire à l'ordre du jour de la campagne imposé par les nombreuses annonces des partis politiques en servant à produire des reportages et des enquêtes qui ont diversifié la couverture l'enjeu de la corruption. Nous avons constaté que l'« effort journalistique original » était présent dans des articles qui prennent la forme de genres journalistiques variés, comme des enquêtes, des nouvelles exclusives, des reportages et même des analyses. Les articles qui ont été produits par les quotidiens sont en majorité des nouvelles, mais l'« effort journalistique original » se retrouve dans autant de nouvelles (29 %) que d'enquêtes (29 %) qui ont été produites par le *Journal de Montréal* et *La Presse*. Cela veut dire, d'une part, que les journalistes ont mis en contexte les annonces des politiciens, qui faisaient surtout l'objet de nouvelles, ce qui leur a permis de garder une marge d'autonomie dans leur couverture (Charron, 1991, p. 153). D'autre part, en ayant produit des enquêtes, les journalistes ont permis de mettre en lumière des situations qui ne l'auraient pas été autrement et donc de diversifier la couverture de l'enjeu de la corruption.

Nous avons également constaté que l'« effort journalistique original » avait permis de couvrir des sujets qui ne l'auraient peut-être pas été autrement (Rosentiel, 2009; Weaver et Wilhoit, 1996, p. 138; Sigal, 1973, p. 191). Par de la recherche, des entrevues et parfois des procédures judiciaires, Le *Journal de Montréal* et *La Presse* ont dévoilé que certains candidats avaient un passé douteux ou encore qu'ils faisaient l'objet d'une enquête policière. Comme il l'a été exposé, la corruption a



pour caractéristique d'être cachée. Les journalistes ont donc dû faire des « efforts journalistiques originaux » pour l'exposer. Ces nouvelles n'auraient pas été dévoilées sans que les journalistes fassent des « efforts journalistiques originaux ». Les sujets couverts liés à l'« effort journalistique original » montrent que les journalistes sont parvenus à se soustraire en partie à l'ordre du jour des candidats.

En faisant preuve d'« effort journalistique original », les quotidiens offrent donc une couverture qui va davantage dans le sens de l'intérêt public que les autres formes de démarche journalistique. Ils prouvent par le fait même que les journalistes peuvent encore incarner le quatrième pouvoir et jouer un rôle déterminant dans la sphère publique. L'« effort journalistique original » est toutefois affecté par les tendances observées dans le journalisme de production quotidienne : il est davantage fait à distance et permet de citer une majorité de sources officielles. L'« effort journalistique original » pourrait donc avoir eu un effet plus limité qu'attendu sur la qualité de la couverture de l'enjeu de la corruption.

### 5.3 Les limites de notre recherche

La principale limite de la présente recherche est celle du corpus. En effet, en se limitant à analyser les textes comme un lecteur ou un rédacteur en chef pourraient les analyser, nous avons accepté que certains éléments de contexte ou certaines précisions sur les sources ou sur la façon dont a été récoltée l'information nous échappent. L'analyse ne permet pas par exemple de détailler l'influence que pourrait avoir un professionnel des relations publiques en amont du contenu journalistique. On ne peut affirmer hors de tout doute que chaque démarche correspondant à un « effort journalistique original » est entièrement le fruit de

l'initiative d'un journaliste. Lors de l'analyse, plusieurs éléments présentaient d'ailleurs des ambiguïtés. Par souci de cohérence, chacun de ces éléments a toutefois été classé selon une logique bien précise à laquelle le lecteur peut selon nous s'identifier. La quantification des sources et des méthodes de cueillette permettent de donner une vue d'ensemble du contenu contenant des « efforts journalistiques originaux ». Elle a toutefois pour effet de seulement refléter sommairement les nuances entre chacune des démarches journalistiques.

L'« effort journalistique original » n'est pas nécessairement révélateur de la valeur informative d'un article. Si les traces de démarche journalistiques aident le lecteur à participer de manière plus éclairée au débat public, cela ne veut pas dire que l'« effort journalistique original » permet nécessairement d'enrichir le débat public. Tout dépend de l'information rapportée par la démarche. L'enjeu dont traite l'« effort journalistique original » doit être d'intérêt public par exemple. Un journaliste qui réalise des entrevues et de la recherche pour enquêter sur la vie privée d'une vedette et porter l'attention médiatique sur celle-ci n'enrichit pas nécessairement le débat public (Thompson, 2000, 5384).

Cette recherche n'a pas eu l'ambition d'observer le travail quotidien du journaliste qui aurait pu permettre d'approfondir les éléments de sa démarche qu'il n'explique pas dans ses articles. Elle n'approfondit pas la relation entre les journalistes et les politiciens et leur capacité à poser des questions indépendantes. Elle n'évalue pas l'influence des stratégies de communication des partis sur la couverture médiatique.

Une campagne électorale est également un événement ciblé. Cette recherche a permis de comprendre comment les médias ont présenté du contenu découlant

d'« efforts journalistiques originaux » dans leur couverture d'une campagne électorale, sans cependant sortir de cette frontière. Elle ne traite par ailleurs pas du volet anglophone de la problématique à Montréal, non pas en raison d'un désintérêt de notre part, mais en raison de contraintes de temps et de moyens. Comparer les médias anglophones et francophones aurait nécessité une collecte beaucoup plus étendue et une analyse complexifiée. Les conclusions de cette recherche portent donc seulement sur la presse francophone.

Cette recherche n'évalue pas si les journaux ont couvert la campagne de façon équitable et équilibrée. Elle permet seulement d'analyser ce que le journaliste a choisi de présenter au lecteur. Cependant, comme plusieurs études portent déjà sur ces sujets (de Bonville, 1980; Sauvageau, 1991; PEJ, 2012), il a semblé plus intéressant d'approfondir le contenu original des médias qui leur permet de se démarquer, de réduire leur interdépendance avec les partis politiques sur leur couverture d'une campagne électorale. Il s'agit d'ailleurs d'une démarche originale qui s'inscrit à l'extérieur des sentiers battus, dans les limites des moyens et du temps dont nous avons disposés pour réaliser cette recherche.

Enfin, la limite majeure de toute recherche est la subjectivité. Comme « tout effort de connaissance et de compréhension est une interprétation et dans quelque mesure une herméneutique » (Mucchielli, 2006, p.29), le but a été de l'éviter le plus possible, dans l'impossibilité de l'écarter complètement. Pour ce faire, nous avons détaillé explicitement les biais possibles de notre recherche tout en tentant d'éviter de laisser place à une certaine subjectivité.



#### 5.4 Ce qu'il faut retenir de notre analyse

- Les articles découlant d'« efforts journalistiques originaux » peuvent être plus nombreux qu'à l'habituel, s'ils portent sur un enjeu complexe comme la corruption et que cet enjeu est à l'avant-plan de l'actualité.
- Les articles découlant d'un « effort journalistique original » peuvent être plus ou moins nombreux, selon le contexte économique entourant la production de nouvelles d'un quotidien.
- Dans le cadre d'une campagne électorale, l'« effort journalistique original » semble refléter les tendances observées dans le journalisme de production quotidienne : les journalistes semblent travailler surtout à distance, privilégier la recherche qui demande peu de temps et citer une majorité de sources officielles qui sont facilement accessibles.
- L'« effort journalistique original » peut contribuer à diversifier la couverture dans l'actualité, en mettant en contexte des annonces, en menant à produire des enquêtes et en permettant de couvrir des sujets plus variés que les autres formes de démarche journalistique.
- La contradiction entre les deux points précédents nous force à nous interroger sur l'impact réel de l'« effort journalistique original » sur l'actualité. Est-il plus limité qu'espéré? Bien que nous ayons repéré 20 % plus

d'« efforts journalistiques originaux » que prévu et qu'ils aient contribué à mettre en contexte des nouvelles et à produire des enquêtes, ces « efforts journalistiques originaux » semblent minimaux.

- Même si son impact est limité, l'« effort journalistique original » demeure la forme de démarche qui tend le plus vers un traitement de l'information qui va dans le sens du rôle fondamental des journalistes dans la sphère publique et de leur rôle de quatrième pouvoir.

## CONCLUSION

Une campagne électorale est un événement d'intérêt public qui rapproche la presse de son rôle constitutionnel. Les médias doivent couvrir tous les partis de façon équitable et équilibrée et sont surveillés à la loupe. Pour atténuer l'influence des stratégies de communication des partis politiques sur leur couverture de la campagne et se démarquer des autres médias, ils doivent aussi faire ressortir des faits nouveaux et poser des questions de façon indépendante (Rosentiel et Kovach, 2009). Le rythme imposé par les campagnes électorales complique toutefois la production de contenu original et diversifié. Les médias ont une relation d'interdépendance avec les partis, ils ont peu de liberté et ils ont tendance à couvrir la campagne comme une course et de manière superficielle. Notre objectif a été de revenir sur une campagne électorale pour évaluer comment les journalistes avaient fait l'effort de présenter un contenu caractérisé par un « effort journalistique original » et donc fait l'effort de jouer leur rôle de quatrième pouvoir.

Nous partions de la prémisse qu'un journaliste ne peut être objectif, mais que sa méthode de vérification des faits peut l'être (Kovach et Rosentiel, 2014, p.102). En considérant que la démarche d'un journaliste doit être transparente pour être crédible (*Ibid.*, p.115), nous avons avancé que les méthodes de vérification de l'information des journalistes seraient visibles dans les articles, particulièrement dans les articles qui contiennent des éléments d'« effort journalistique original ». Par conséquent, nous avons jugé qu'il était possible d'analyser la démarche journalistique qui a mené à la rédaction d'un article dans les limites d'un corpus de texte. Cette méthode d'analyse était selon nous une façon concrète et originale de



déterminer comment les quotidiens avaient présenté du contenu caractérisé par des efforts journalistiques originaux.

Nous nous sommes concentrés sur la couverture de l'enjeu de la corruption lors de la campagne municipale de 2013 à Montréal par quatre quotidiens francophones, soit *La Presse*, le *Journal de Montréal*, *Le Devoir* et le *Métro*. Nous avons choisi de mener une étude de cas unique, en fonction des moyens disponibles et du temps dont nous disposions, mais aussi parce que la particularité de ce cas permettait selon nous « de tester la théorie; de la confirmer, de la réfuter ou de la compléter » (Yin, p.40). L'enjeu de la corruption a été retenu parce qu'il s'imbriquait dans ce qui rend le contexte de cette campagne électorale particulière.

Pour répondre à notre question de recherche, nous avons procédé à une analyse de presse des articles qui ont été publiés sur la corruption durant cette période. En analysant les traces de démarches dans les textes, nous avons identifié, quantifié et qualifié les éléments d'« effort journalistique original » présentés par les quotidiens francophones. Nous souhaitions découvrir comment s'est manifesté l'« effort journalistique original », mais aussi comment il s'est manifesté à travers les sources, les genres journalistiques et les sujets des articles. Nous avons ensuite évalué quelle proportion d'articles contenait des éléments d'« effort journalistique original ». Nous avons aussi comparé le nombre d'éléments d'« effort journalistique original » présentés par rapport aux nombres d'éléments d'autres formes de démarche journalistique.

Notre analyse a révélé que les quotidiens avaient présenté 20 % plus d'éléments d'« effort journalistique original » que ce que prévoyait l'hypothèse. Cette

découverte a permis selon nous de compléter la théorie sur la couverture des campagnes électorales et la présence d'« efforts journalistiques originaux » dans les articles de presse. Si de façon générale, les journalistes sont plus passifs qu'avant, qu'ils déterrent moins de faits nouveaux et qu'ils posent moins de questions de façon indépendante, un enjeu d'intérêt public comme la corruption peut les entraîner à renverser cette tendance. Un enjeu de démocratie fondamentale difficile à exposer qui réunit toutes les caractéristiques pour devenir un scandale peut en effet non seulement engendrer une couverture intensive par les médias, mais une augmentation de la présence d'« efforts journalistiques originaux » dans le contenu produit par les quotidiens. Les éléments d'« effort journalistique original » présentés par les quotidiens varient toutefois d'un quotidien à l'autre, selon leur modèle d'affaires. De bonnes parts de marché peuvent avoir un impact positif sur la production d'« effort journalistique original », si les profits réalisés par un quotidien sont en partie réinvestis dans la salle de nouvelles, en augmentant les budgets alloués à la production de nouvelles, le nombre de journalistes en général, le nombre de journalistes assignés à la production d'articles découlant d'« efforts journalistiques originaux » et l'espace destinée à l'information dans ses pages.

L'« effort journalistique original » semble moins se démarquer des autres formes de démarche journalistique que nous l'espérons. L'« effort journalistique original » révèle certaines caractéristiques attribuées au journalisme de production quotidienne : les journalistes qui font preuve d'« effort journalistique original » citent une majorité de sources officielles et semblent prioriser la recherche et les entrevues qui peuvent être réalisées à distance et qui demandent moins de temps.

L'« effort journalistique original » demeure toutefois la forme de démarche journalistique qui permet de citer le plus de sources non officielles et qui lui permet le plus de se distancier de l'influence des relations publiques, soit la forme de communication privilégiée par les partis politiques. Il s'agit également de la forme de démarche qui permet de couvrir le plus de sujets diversifiés, selon des genres journalistiques variés. Les quotidiens n'ont donc pas seulement été les porte-voix des partis politiques, mais ils ont aussi été critiques dans leur manière de rapporter les faits. Ils ont produit du contenu en parallèle des annonces politiques, qui a permis d'exposer la corruption sous un angle qui ne l'aurait pas été autrement. En somme, nos résultats démontrent qu'il s'agit de la forme de démarche qui permet le plus aux journalistes d'incarner leur rôle de quatrième pouvoir et d'exercer leurs responsabilités à l'égard de la sphère publique.

« La discipline de la vérification représente ce qui sépare le journalisme du divertissement, de la propagande, de la fiction et de l'art » (Kovach et Rosentiel, 2014, p.98), à condition que les journalistes laissent des traces de leur démarche aux lecteurs pour qu'ils puissent juger de la validité de l'information (Ibid., p. 114). Kovach et Rosentiel sont sans équivoque sur ce point et le mette au cœur de la légitimité de la presse comme institution indépendante, libre de surveiller le pouvoir et les autres institutions de la société :

« À notre siècle, l'une des questions fondamentales que doit se poser une société démocratique est si l'information de presse peut survivre en tant que source d'information indépendante de confiance ou si elle est vouée à donner la place à un système de propagande de l'intérêt privé [...], dans lequel les affirmations sont non référencées et dans lequel la plus bruyante gagne. La réponse à cette question ne dépend pas seulement de l'accès du public à des informations de presse



fiables, mais aussi de la capacité des citoyens à reconnaître quelles informations de presse sont fiables. » (Kovach et Rosentiel, 2014, p.299)

De moins en moins nombreux, les journalistes sont de plus en plus dépendants des relationnistes de presse et influencés par ceux-ci. Bernard Miège affirme d'ailleurs que cette tendance « provoque chez les récepteurs un brouillage quant à la reconnaissance des émetteurs; la légitimité des médias d'information a ainsi de plus en plus de mal à être reconnue » (Miège, 1996, p.160). Un fossé de confiance se serait d'ailleurs créé entre les journalistes et le public (Wolton, 1997, p.218). Pour réduire ce fossé de confiance, les journalistes doivent détailler les gestes concrets qu'ils ont posés pour recueillir et vérifier l'information en plus d'exposer clairement les biais de leurs sources. En laissant des traces de leur démarche, surtout lorsqu'ils ont fait un « effort journalistique original », les journalistes valorisent leur rôle auprès des lecteurs. « La qualité de notre vie démocratique dépend, en bref, sur l'accès du public à l'information et sa capacité à donner un sens à l'information. Et cela, même à l'ère de la société d'information, demande l'aide des journalistes » (Kovach et Rosentiel, 2014, p.276). Les traces de démarche journalistique aident donc les lecteurs à participer de manière plus éclairée au débat public dans le cadre d'une campagne électorale comme au quotidien.

### 5.5 Pistes de recherche

Il serait intéressant d'appliquer cette méthode de recherche à d'autres cas semblables ou de transposer cette étude de cas vers l'analyse d'un corpus composé d'articles sélectionnés aléatoirement. Ces nouvelles façons d'analyser les données permettraient de vérifier les affirmations avancées dans cette recherche. Il serait

aussi intéressant de jumeler ce type d'analyse à des entrevues et de l'observation terrain. Une telle démarche permettrait d'être plus précis et de mieux comprendre le travail des journalistes, ainsi que les décisions derrière ce qu'ils choisissent de présenter à leurs lecteurs. Il serait entre autres possible de comparer le travail des journalistes et ce qu'ils en révèlent dans leurs articles. Tous ces types d'analyses pourraient enrichir notre connaissance de la présentation des formes de démarche journaliste dans les textes.

Dans un autre ordre d'idée, cette étude de cas a aussi éveillé notre curiosité par rapport à un élément qui est lié à la démarche, soit le niveau de transparence des quotidiens envers leurs lecteurs. Bien que cette étude de cas ne portait pas directement sur ce sujet, l'analyse du corpus nous a permis de découvrir que certains quotidiens étaient plus transparents que d'autres dans la présentation de leur démarche aux lecteurs. Le *Devoir* semble par exemple être plus transparent que le *Métro*. Lorsque le *Journal de Montréal* et *La Presse* ont mis à jour que Michael Applebaum pouvait être au cœur d'un vaste stratagème de corruption, Le *Devoir* a rapporté la nouvelle en étant plus clair que le *Métro* sur le fait qu'il ne pouvait vérifier l'information. Le *Métro* écrit « selon des mandats de perquisition rendus publics par un consortium de médias »<sup>93</sup>, alors que le *Devoir* a écrit :

« Les extraits de dénonciation et les mandats de perquisition concernant M. Applebaum ont été en partie libérés jeudi, à la demande d'un consortium de médias comprenant notamment Radio-Canada, TVA

---

<sup>93</sup> Métro (2013). « Encore plus de soupçons contre Applebaum », *Métro*, vendredi 4 octobre, p.1.

et *La Presse*. Le *Devoir* ne participait pas au recours et n'a pu consulter les documents. »<sup>94</sup>

Les journalistes des deux quotidiens ont fait la même démarche, mais l'un d'entre eux précise explicitement qu'il n'a pas eu accès aux documents. Cette transparence est certainement bénéfique aux lecteurs qui peuvent se faire une meilleure idée de la validité de l'information présentée. Sans représenter un « effort journalistique original », cette façon de décrire sa démarche avec rigueur révèle les possibles biais de la source et donne de la crédibilité au journaliste, qui apparaît soucieux de présenter la vérité et guidé par l'intérêt public (Kovach et Rosentiel, 2014, p.115). « Le mensonge ou l'erreur est de prétendre qu'on est omniscient et qu'on en sait plus que ce que l'on sait vraiment. » [Notre traduction] (*Ibid.*) L'analyse du degré de transparence d'un journaliste est à cet égard intéressante. Cela peut être une avenue de recherche pour ceux qui voudraient approfondir l'analyse des traces de démarche journalistique.

---

<sup>94</sup> Bourgault-Côté, Guillaume (2013). « L'UPAC soupçonne Applebaum d'avoir été au coeur d'un vaste système frauduleux », *Le Devoir*, vendredi 4 octobre, p. A3.



## APPENDICE A

### Exemple de la méthode d'identification des traces de démarche journalistique

Nombre de document(s) : 1  
Date de création : 27 février 2013



La Presse  
Actualités, vendredi 4 octobre 2013, p. A6

#### Au coeur d'un système de corruption L'UPAC croit que Michael Applebaum était impliqué dans un vaste stratagème pour obtenir des pots-de-vin

Vincent Larouche; Fabrice De Pierrebouurg

Michael Applebaum était au coeur d'un système de corruption et de pots-de-vin beaucoup plus vaste que celui mis au jour jusqu'ici. Le chef de cabinet de l'ex-ministre Michelle Courchesne, un ex-cadre du CUSM et deux entrepreneurs liés à la mafia auraient été impliqués dans l'affaire.

C'est ce qui ressort à la lecture des déclarations sous serment d'une enquêteuse de l'UPAC et des rapports recensant les pièces saisies par ses collègues les 22 et 24 mai dernier à l'hôtel de ville de l'arrondissement Côte-des-Neiges-Notre-Dame-de-Grâce, que La Presse a obtenues copie à la suite d'une procédure judiciaire.

Certains détails sont toujours frappés d'un interdit de publication, si bien que le rôle de plusieurs personnes ne peut être précisé. C'est le cas de l'ex-chef de cabinet Jean-Sébastien Marineau, qui était aux côtés de la ministre libérale Michelle Courchesne de 2007 à 2009 jusqu'à son congédiement pour "bris de confiance". Même chose pour Tony Magi et Lee Lalli, deux entrepreneurs ayant entretenu des liens avérés avec la mafia, ou encore pour Marcel Tremblay, ex-conseiller municipal et frère de l'ex-maire de Montréal Gérald Tremblay.

"Les infractions auraient été commises entre 2002 et 2012. Le

maire de Montréal Michael Applebaum, qui était maire de l'arrondissement CDN-NDG à cette époque, aurait été impliqué dans un stratagème de corruption lors du processus d'autorisation de permis et de changement de zonage avec différents promoteurs, en échange de sommes d'argent", précise la policière.

Les sommes en cause sont considérables.

Après son arrestation le 18 juin à son domicile, Michael Applebaum a été visé par 14 chefs d'accusation liés à deux projets immobiliers bien précis, avait expliqué le commissaire de l'UPAC, Robert Lafrenière: une tour de condos sur l'avenue Troie et la construction du centre sportif de l'arrondissement au parc Benny.

L'ex-politicien Saulie Zajdel et l'ancien haut fonctionnaire Jean-Yves Bisson avaient aussi été arrêtés.

En fait, [redacted] continue son travail sur plusieurs autres projets immobiliers dans le cadre du projet Méandre, s'appuyant sur plusieurs sources manifestement bien au fait des stratagèmes qui avaient cours au sein de l'arrondissement.

Les enquêteurs du service de la lutte contre la corruption de la SQ ont saisi des ordinateurs, mais aussi des

centaines de pages de documents divers concernant des projets petits et grands.

Dans leur mire, le projet du CUSM, déjà l'objet d'une autre enquête qui a mené à des accusations contre le Dr Arthur Porter, son ancien bras droit Yanai Elbaz, et l'ex-PDG de SNC-Valalin, Pierre Duhaime.

Les policiers ont saisi diverses pochettes liées au mégahôpital en construction [redacted] que Yanai Elbaz serait lui aussi un "acteur" dans les événements entourant Michael Applebaum.

#### Promoteur proche de la mafia

La lecture de ces documents confirme aussi que l'enquête policière s'est penchée sur un "changement de zonage de Leo Lalli", rue de l'Orphelinat. L'enquêteuse précise que Leo Lalli serait un ami de Michael Applebaum.

Au printemps dernier, Radio-Canada avait d'ailleurs révélé que Leo Lalli avait obtenu ce changement de zonage lucratif avec une fausse signature. La revente du terrain lui avait permis d'empocher une importante plus-value en quelques jours.

Tout le secteur Jean-Talon Ouest, de la Savane et Décarie, en plein boom immobilier, baptisé le Triangle, a

## APPENDICE B

Exemple de tableaux servant à la qualification des articles

Code	Journal	Date	Auteur	Titre de l'article	Traçage des références	Sources	Entités
P1	La Presse	mercredi 11 septembre 2013	Pierre-André Normandin	COMMISSION CHARBONNEAU Monde municipal Collusion et corruption: Cinq ingénieurs devant leur conseil de discipline	«L'Ordre des ingénieurs dit avoir ouvert des enquêtes sur pas moins de 450 de ses membres dans la foulée des travaux de la commission Charbonneau/ a indiqué le président de l'Ordre, Daniel Lebel/ a déclaré M. Lebel/Robert Maréchal a reconnu devant la commission Charbonneau/ l'enquête publique a aussi souligné/ l'ingénieur a la retraite Luc Lederc a reconnu pour sa part à la Commission/ l'ingénieur Gilles Vézina, qui a pris sa retraite alors qu'il était suspendu par la Ville de Montréal, a reconnu lors de son témoignage/ le nom de Claudio Ballana a surgi lors de la Commission lorsque l'un de ses courriels a été présenté/ Quant à André Lebel, a été reconnu coupable en juin dernier d'abus de confiance	7 sources : l'Ordre des ingénieurs/ le président de l'Ordre des ingénieurs, Daniel Lebel/ commission Charbonneau/ Robert Maréchal à la cc/ l'ingénieur à la retraite Luc Lederc à la cc/ l'ingénieur Gilles Vézina à la cc/ un courriel de Claudio Ballana à la cc. [Source P. = l'Ordre des ingénieurs]	2 entrées : citations et affirmations sans contexte+ recherche/ l'entrée p. = citations et affirmations sans contexte
P2	La Presse	vendredi 13 septembre 2013	Karim Benmessalih	Travaux publics: Montréal pourrait écorcher les entrepreneurs au rendement insatisfaisant	«Travaux publics: Montréal en vigueur le 26 juin dernier qui permet aux municipalités d'établir un "bulletin des entreprises" / Un guide "pour procéder à l'évaluation de rendement" des entreprises a été publié le 13 juin dernier/ Selon le guide gouvernemental	3 sources : décret du gouvernement du Québec- bulletin des entrepreneurs/ Guide gouvernemental/ Cindy Lederc, conseillère de Vision Montréal [Source P. = Cindy Lederc]	2 entrées : citations sans contexte + recherche / entrée p. = citations sans contexte
P3	La Presse	samedi 14 septembre 2013	Philippe Telsedira-Lesard	Prête-nous des dirigeants de la firme DLI épinglés	Quatre dirigeants de la firme Construction DLI viennent d'être épinglés par le bureau du Directeur général des élections (DGEQ)/ le système avait été exposé au grand jour au printemps dernier, à la commission Charbonneau/ Selon le communiqué diffusé en fin d'après-midi/ a expliqué Denis Dion, chargé des communications au DGEQ/ A la mi-mars, l'ancienne administratrice Ghislaine Dujovnek et le commissionnaire Claude Dubasme avaient admis/ Lors de son témoignage, M. Dubasme a ajouté/ Hier, seul Vision Montréal a réagi... Milena Jean, attachée de presse de la chef Louise Harel, a affirmé que/ précède le communiqué	5 sources : Communiqué de presse du DGEQ/ Denis Dion, porte-parole du DGEQ/ Ghislaine Dujovnek à la commission Charbonneau/ Claude Dubasme à la commission Charbonneau/ Milana Jean, attachée de presse de la chef Louise Harel [Source P. = Communiqué de presse du DGEQ]	2 entrées : recherche + communiqué - citation sans contexte / entrées p. = communiqué - citation sans contexte
P4	La Presse	samedi 14 septembre 2013	Karim Benmessalih	Appelé à un mafioso: un candidat de Marcel Côté se retire	le candidat de l'équipe de Marcel Côté dans le district Rivière-des-Prairies Francisco Ierfino a annoncé hier/ En mars dernier, M. Ierfino a signé une déclaration sous serment/ Dans son communiqué, M. Ierfino qualifie cette controverse/ Marcel Côté a précisé d'entrée de jeu	2 sources : Francisco Ierfino - déclaration sous serment de Francisco Ierfino/ Marcel Côté/ [Source P. = Francisco Ierfino]	2 entrées : communiqué- citation sans contexte + recherche / entrées p. = recherche

## APPENDICE C

Exemple de tableaux servant à la quantification de données recueillis dans les articles

Code de l'article	Journal	Source d'origine orale ou documentaire	Source	Catégorie de la source (Code)	Dénomination (Code)	Catégorie de la dénomination (Code)	Format	Sujet (Code)
M1	Metro	DOCUMENTAIRE	Bilan du DGEQ	PUBLIC	MAT RP	EVE NC	Compte-rendu	GEN
M1	Metro	ORALE	Danièle Philette (UDAM)	EXPERT	ENT	ENT	Compte-rendu	GEN
M2	Metro	ORALE	Marcel Ode (Coalition Montréal)	POLITIQUE	MUS	EVE C	Compte-rendu	LUTTE
M2	Metro	DOCUMENTAIRE	Coalition Montréal	POLITIQUE	MAT RP	EVE NC	Compte-rendu	LUTTE
M2	Metro	ORALE	Richard Bergeron (Projet Montréal)	POLITIQUE	COM	EVE C	Compte-rendu	LUTTE
M2	Metro	ORALE	Luc Ferrante (Projet Montréal)	POLITIQUE	OT SC	EVE NC	Compte-rendu	LUTTE
M2	Metro	ORALE	Denis Codere (équipe Denis Codere)	POLITIQUE	OT SC	EVE NC	Compte-rendu	LUTTE
M2	Metro	ORALE	Richard Bergeron (Projet Montréal)	POLITIQUE	OT SC	EVE NC	Compte-rendu	LUTTE
M2	Metro	ORALE	Marcel Ode (Coalition Montréal)	POLITIQUE	COM	EVE C	Compte-rendu	LUTTE
M2	Metro	ORALE	Denis Codere (Projet Montréal)	POLITIQUE	ENT	EVE C	Compte-rendu	LUTTE
M2	Metro	ORALE	Denis Codere (Projet Montréal)	POLITIQUE	ENT	ENT	Compte-rendu	LUTTE
M2	Metro	ORALE	Marcel Ode (Coalition Montréal)	POLITIQUE	OT MEDIA	OT MEDIA	Compte-rendu	LUTTE
M2	Metro	ORALE	Marcel Ode (Coalition Montréal)	POLITIQUE	OT SC	EVE NC	Compte-rendu	LUTTE
M2	Metro	ORALE	Bernard Blum (Projet Montréal)	POLITIQUE	OT SC	EVE NC	Compte-rendu	LUTTE
M2	Metro	ORALE	Marcel Ode (Coalition Montréal)	POLITIQUE	OT SC	EVE NC	Compte-rendu	LUTTE
M2	Metro	ORALE	Catherine Maudica (Porte-parole, Projet Montréal)	POLITIQUE	OT SC	EVE NC	Compte-rendu	LUTTE
M2	Metro	ORALE	Denis Codere (équipe Denis Codere)	POLITIQUE	MAT RP	EVE NC	Compte-rendu	LUTTE
M2	Metro	ORALE	Michel Bédé (Indigné Montréal)	POLITIQUE	OT SC	EVE NC	Compte-rendu	LUTTE
M2	Metro	ORALE	Denis Codere (équipe Denis Codere)	POLITIQUE	OT SC	EVE NC	Compte-rendu	POLC
M2	Metro	DOCUMENTAIRE	L'axe Syndicalistes ou voyants? (Richard Goyette et Jocelyn Dupuis)	SYNDIC	DOC	REC	Compte-rendu	POLC
M2	Metro	ORALE	Denis Blon (Porte-parole, DGEQ)	PUBLIC	OT SC	EVE NC	Compte-rendu	LUTTE
M2	Metro	ORALE	Denis Codere (équipe Denis Codere)	POLITIQUE	OT SC	EVE NC	Compte-rendu	POLC
M2	Metro	ORALE	Étienne Cour (Projet Montréal)	POLITIQUE	OT SC	EVE NC	Compte-rendu	POLC
M2	Metro	DOCUMENTAIRE	Autres Médias	MEDIA	OT MEDIA	OT MEDIA	Compte-rendu	POLC
M2	Metro	ORALE	Océane Saragat	ENTREPRISE	OT SC	EVE NC	Compte-rendu	POLC
M2	Metro	ORALE	Bonithon Blon (Porte-parole, Montréal Ouvert)	ENTREPRISE	ENT	ENT	Compte-rendu	LUTTE
M2	Metro	DOCUMENTAIRE	Document de recommandations du DGEQ	PUBLIC	MAT RP	EVE NC	Compte-rendu	LUTTE
M2	Metro	ORALE	Carl Ouzes (Porte-parole, DGEQ)	PUBLIC	OT SC	EVE NC	Compte-rendu	LUTTE
M2	Metro	ORALE	Danièle Philette (UDAM)	EXPERT	ENT	ENT	Compte-rendu	LUTTE
M2	Metro	DOCUMENTAIRE	La Presse	MEDIA	OT MEDIA	OT MEDIA	Compte-rendu	LUTTE
M2	Metro	DOCUMENTAIRE	Archives	MEDIA	OT MEDIA	OT MEDIA	Compte-rendu	LUTTE
M2	Metro	DOCUMENTAIRE	Michel Jussépart (Union Montréal)	MEDIA	REC	REC	Compte-rendu	LUTTE
M2	Metro	DOCUMENTAIRE	Denis Codere (équipe Denis Codere)	POLITIQUE	OT MEDIA	OT MEDIA	Compte-rendu	LUTTE
M2	Metro	ORALE		POLITIQUE	COM	EVE C	Compte-rendu	LUTTE



## BIBLIOGRAPHIE

### Livres

Bennett, Lance W. (2009). *News : The politics of illusion*. New York : Longman, 8<sup>e</sup> édition, 295 p.

Bennett, Lance W., Regina G. Lawrence, and Steven Livingston (2007). *When the Press Fails: Political Power and the News Media from Iraq to Katrina*. Chicago : University of Chicago Press, 278 p.

Bernier, Marc-François (2008). *Journalistes au pays de la convergence : Sérénité, malaise et détresse dans la profession*. Québec : Presses de l'Université Laval, 193 p.

Davies, Nick (2009). *Flat Earth News*. London : Vintage books, 2e édition, 397 p.

Cardinal, François. *Rêver Montréal*, Montréal : Éditions La Presse, [En ligne] : <file:///Users/rachel/Downloads/rever-montreal.pdf>, p.277

Cardinal, Mario (2005). *Il ne faut pas toujours croire les journalistes*. Montréal : Bayard Canada livres, 292 p.

Charron, Jean, Jacques Lemieux et Florian Sauvageau (1991). *Les journalistes, les médias et leurs sources*. Boucherville : Gaëtan Morin éditeur, 237 p.

Corriveau, Raymond. (2012). *L'information : la nécessaire perspective citoyenne*. Québec : Les presses de l'Université du Québec, 139 p.

de Bonville, Jean, Gilles Lesage et Florian Sauvageau (1980). *Dans les coulisses de l'information : les journalistes*. Montréal : Éditions Québec/Amérique, 421 p.

de Bonville, Jean (2001). *L'analyse de contenu des médias, de la problématique au traitement statistique*. Paris : Éditions De Boeck Université, 104 p.

Dahlgren, P. (2009). *Media and political engagement : Citizens, communication and democracy*, Cambridge : Cambridge University Press, 246 p.

Deuze, Mark. (2007). *Media Work*. Cambridge : Polity Press, 278 p.

Francoeur, Chantal. (2012). *La transformation du service de l'information de Radio-Canada*. Québec : Presses de l'Université du Québec, 180 p.

Gingras, Anne-Marie (2009). *Médias et démocratie : le grand malentendu*. Québec : Les presses de l'Université du Québec, 3e édition revue et augmentée, 290 p.

Habermas, Jürgen (1978). *L'Espace public : archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*. Paris : éditions Payot, 324 p.

Hirtzmann, Ludovic et François Martin (2004). *Les défis des quotidiens gratuits*. Sainte-Foy : Éditions MultiMondes, 190 p.

Kovach, Bill et Tom Rosentiel (2014). *The Elements of Journalism*. New York : Three Rivers Press, 3<sup>e</sup> édition, 299 p.

Lemieux, Cyril (2000). *Mauvaise presse*. Paris : Métailié, collection « Leçons de choses », 466 p.

MacNamara, Jim (2014). *Journalism and PR : Unpacking Spin, Stereotypes, & Media Myths*. New York : Peter Lang, 280 p.

McChesney, Robert (2013). *Digital disconnect : How capitalism is turning the internet against democracy*. New York : The New Press, 320 p.

Mermin, Jonathan (1991). *Debating war and peace : media coverage of U.S. intervention in the post-cold war era*. Princeton : Princeton University Press, 168 p.

Monière, Denis. 1992. *Le combat des chefs : Analyse des débats télévisés au Canada*. Montréal : Québec/Amérique, 284 p.

Mucchielli, Roger (2006). *L'analyse de contenu : des documents et des communications*. Issy-les-Moulineaux : Les Éditions ESF, 9e édition, 223 p.

Picard, Robert G. (2000). *Measuring quality by journalistic activity Measuring media content, quality and diversity : approaches and issues in content research*. Media Economics. Content and Diversity Project and Media Group, Business Research and Development Centre, Turku School of Economics and Business Administration, 175 p.

Prémont, Karine (2006). *La Télévision mène-t-elle le monde? Le mythe de l'effet CNN sur la politique étrangère des États-Unis*. Montréal : Presse de l'Université du Québec, 254 p.

Quivy, R., & van Campenhoudt, L. (1988). *Manuel de recherche en sciences sociales*. Paris : Dunod, 288 p.

Saint-Jean, Armande (2002). *Éthique de l'information: fondements et pratiques au Québec depuis 1960*. Les presses de l'Université de Montréal, pp. 305

Sormany, Pierre (2011). *Le métier de journaliste*. Montréal : Les Éditions Boréal, 3<sup>e</sup> édition revue et mise à jour, version Kindle, 8268 emplacements.

Sigal, Leon V.(1973). *Reporters and officials the organization and politics of newsmaking*. Lexington : Mass. D. C. Heath, 221 p.

Thompson, John B. (2000). *Political Scandals : Power and Visibility in the Media Age*. Cambridge : Polity Press (Kindle), 7210 emplacements.

Thompson, John B. (1995). *The Media and Modernity : a social theory of the media*. Stanford : Stanford University Press, 314 p.

Van Ruler, Betteke et Dejan Verčič (2004). *Public Relations and Communication Management in Europe : A Nation -by-nation*. Berlin : Mouton de Gruyter, 502 p.

Wolton, Dominique (1997). *Penser la communication*. Mesnil-sur-l'Estrée : Flammarion, 402 p.

Yin, Robert K. (2003). *Case Study Research Design and Methods, Applied Social Research Methods Series vol. 5*. Thousand Oaks, London, New Delhi : SAGE Publications, 3<sup>e</sup> édition, 181 p.

## Mémoires et thèses

Boulay, Sophie. (2002). *Les médias privilégient-ils leur mission économique ou démocratique?* Montréal : Université du Québec à Montréal, 129 p.

Brin, Colette et Marilou St-Pierre (2013). *Crise des médias et effectifs rédactionnels au Québec*. Sainte-Foy : Centre d'étude sur les médias, 60 p.

Desjardins, Lilie (2003). *Le journalisme d'enquête pour la diversité de l'actualité*. Québec : Université Laval, 147 p.

Saint-Jean, Armande (1993). *L'Évolution de l'éthique journalistique au Québec de 1960 à 1990*. Montréal, Université McGill, pp. 315.



## Chapitres de livres

Bastien, Frederick C. et Richard Nadeau (2003) « La communication électorale », dans Anne-Marie Gingras. *La communication politique*, Sainte-Foy : Les presses de l'Université du Québec, p.159-188.

Bennett, W. Lance et William Serrin (2011). «The watchdog role of the press» (publié pour la première fois en 2005), dans Doris A. Graber, *Media power in politics*. Washington : CQ Press, p.395-405.

Charland, Maurice (2003). « Le langage politique », dans Anne-Marie Gingras, *La communication politique*. Québec : Les presses de l'Université du Québec, p.67-92.

Charron, Jean (1991). « Les relations entre les partis politiques et les médias lors des campagnes électorales au Québec », dans Frederick J. Fletcher, *Sous l'œil des journalistes : la couverture des élections au Canada, Commission royale sur la réforme électorale et le financement des partis vol. 22 et Groupe communication Canada, Édition Approvisionnement et Services Canada*. Montréal : Wilson et Lafleur, Toronto et Oxford : Dundurn Press, p.91-166.

Charron, Jean (1999). « Les médias font-ils l'opinion? » dans Philippe Cabin, *La Communication : état des savoirs*. France : Presses universitaires de France, p.321-326.

Cormier, Michel (1991). « Politique et Télévision : le cas du parti conservateur lors de l'élection fédérale de 1984 », dans *Les journalistes, les médias et leurs sources*. Gaëtan Morin éditeur, Boucherville, p.31-64.

Ettema James S. et Theodore L. Glasser (1987). «On the Epistemology of Investigative Journalism», dans Michael Gurevitch et Mark R I. evy, *Mass Communication Review Yearbook*, vol. 6, p. 338-361.

Fletcher, Frederick J. et Robert Everett (1991). «Mass media and elections in Canada», dans *Media, elections, and democracy*, Toronto, Dundurn Press, p. 179-222.

Fraser, Nancy (1992). « Repenser la sphère publique : une contribution à la critique de la démocratie telle qu'elle existe réellement », extrait de *Hebermas and the public sphere* sous la direction de Craig Calhoun, Cambridge, MIT Press, p. 9-142.

Gildsdorf, Willam O. et Robert Bernier (1991). « Pratiques journalistiques et couverture des campagnes électorales au Canada », dans Frederick J. Fletcher, *Sous l'œil des journalistes : la couverture des élections au Canada, Commission royale sur la réforme électorale et le financement des partis vol. 22 et Groupe communication Canada, Édition Approvisionnement et Services Canada*. Montréal : Wilson et Lafleur, Toronto et Oxford : Dundurn Press, p.3-89.

Lacy, Stephen (2000). « Commitment of financial resources as a measure of quality ». Dans Robert G. Picard, *Measuring media content, quality and diversity. Approaches and issues in content research*, Turku School of Economics and Business Administration, p.25-50.

Langelier, Richard (2001). « La diversité et le pluralisme », dans *La propriété croisée des médias au Canada*, Centre d'étude sur les médias, p.30-49.

Létourneau, Alain (2001). « Remarque sur le journalisme et la presse au regard de la discussion dans l'espace public », dans Patrick J. Brunet, *L'éthique dans la société d'information*. L'Harmattan, Les Presses de l'Université Laval, Saint-Nicolas, p. 47-72.

Miège, Bernard. (2007). « La généralisation des relations publiques », dans *La société conquise par la communication : les TIC entre innovation technique et ancrage social*, Presses universitaires de Grenoble, Grenoble, p.150-157.

Perterson, Theodore (1956). «The Social Responsibility of the Press», dans Fred Seaton Siebert, Theodore Peterson et Wilbur Schramm *Four Theories of the Press*, Chicago : University of Illinois Press, p.73-104.

### Articles de périodiques

Avilés AG. et M. Carvajal (2008). « Integrated and cross-media newsroom convergence – two models of multimedia news production: The cases of Novotécnica and La Verdad Multimedia in Spain », *Convergence*, Sage Publications, vol.14, no. 2, p.221–239.

Baerns, Barbara (1991). « Öffentlichkeitsarbeit oder Journalismus? ». Zum Einfluss im Mediensystem 2, Auflage mit ergänzendem Vorwort, Wissenschaft und Politik, Köln

Blais, Mireille et Stéphane Martineau (2006). « L'analyse inductive générale :

description d'une démarche visant à donner un sens à des données brutes ». *Recherches qualitatives*, vol. 26, pp. -18. [En ligne] : [http://www.recherche-qualitative.qc.ca/documents/files/revue/edition\\_reguliere/numero26%282%29/blais\\_et\\_martineau\\_final2.pdf](http://www.recherche-qualitative.qc.ca/documents/files/revue/edition_reguliere/numero26%282%29/blais_et_martineau_final2.pdf) (page consultée en avril 2015)

Bogart, Leo (2004). « Reflections on Content Quality in Newspapers ». *Newspaper Research Journal*, vol. 25, no. 1, hiver, pp.40-53.

Breit, E. (2009). « On the (Re)Construction of Corruption in the Media: A Critical Discursive Approach ». *Journal of Business Ethics*, p. 619-635.

Broh, Anthony C. (1980). « Horse-Race Journalism: Reporting the Polls in the 1976 Presidential Election ». *Polls and the News Media : A Symposium, The Public Opinion Quarterly*, vol. 44, no. 4, pp. 514-529

Charron, Jean (2000). « La nature politique du journalisme politique », *Les Études en communication publique, Cahier numéro 15, Département d'information et de communication, Université Laval*, p.5-54. [En ligne] : [http://www.com.ulaval.ca/fileadmin/contenu/docs\\_pdf/articles/etudes\\_com\\_publ/15ecp.pdf](http://www.com.ulaval.ca/fileadmin/contenu/docs_pdf/articles/etudes_com_publ/15ecp.pdf)

Charron, Jean (1995). « La reconnaissance sociale du pouvoir symbolique des journalistes politiques », *La Revue, Hermès*, vol. 2, no. 16, p. 9-240.

Cottle, Simon et Mark Ashton. (1999). « From BBC newsroom to BBC newscentre: On changing technology and journalist practices », *Convergence*, vol. 5, no.3, p. -43.

Dailey L., L. Demo et M. Spillman (2005) « The convergence continuum: A model for studying collaboration between media newsrooms », *Atlantic Journal of Communication*, vol.13, no. 3, p.150–168.

Eisenhardt, Kathleen M. (1989). « Building Theories from Case Study Research », *Academy of Management Review*, vol.14, no. 4, 532-550.

Francoeur, Chantal et Sophie Boulay (2013). « Les liens entre journalisme et relations publiques », *GRISIS*, 25 p. [En ligne] : [http://www.cricis.uqam.ca/IMG/pdf/rapport\\_GRICIS\\_RPJournalismeaout2013.pdf](http://www.cricis.uqam.ca/IMG/pdf/rapport_GRICIS_RPJournalismeaout2013.pdf) (Page consultée le 2014-04-17)

Farnsworth, Stephen J., Andrew Blake, Stuart Soroka et Antonia Maioni (2007). « The media: all horse race, all the time ». *Options politiques*, avril, p. 62-68.

Fuszara, M. (1999). « Corruption as Portrayed by the Press ». *Polish Sociological Review*, no. 126, p. 281-299.



Giasson, Thierry, Colette Brin et Marie-Michelle Sauvageau (2010). « Le Bon, la Brute et le Raciste. Analyse de la couverture médiatique de l'opinion publique pendant la "crise" des accommodements raisonnables au Québec », *Revue canadienne de science politique*, vol. 43, no. 2, juin, pp. 379-406.

Hansen, Kathleen A (1990). « Information Richness and Newspaper Pulitzer Prizes », *Journalism Quarterly*, vol. 67, no.4, p.930-935.

Hansen, Kathleen A. (1991). « Source Diversity and Newspaper Enterprise Journalism », *Journalism & Mass Communication Quarterly* September 1991 vol. 68 no. 3, p. 4-482.

Kovach Bill et Tom Rosentiel (2009). «Lessons of the Elections», dans *State of the News Media 2009*, Pew Research Center Project for Excellence in Journalism, [En ligne] : <http://www.stateofthemedias.org/2009/special-reports-summary-essay/lessons-of-the-election/>

McChesney, Robert (2003). « The Problem of Journalism: a political economic contribution to an explanation of the crisis in contemporary US journalism », *Journalism Studies*, vol.4, no.3, p.299-329.

Meirer, Werner A. (2005) « Media concentration governance : a valuable instrument for risk discourse on media concentration ? », *Réseaux*, vol.3, no.131, p.17-52.

Mitchelstein, Eugenia, Boczkowski, Pablo J. (2009). « Between tradition and change: A review of recent research on online news production ». *Journalism*, 10(5), p. 2-586.

Project for Excellence in Journalism (2003). « Does Ownership Matter in Local Television News: A Five-Year Study of Ownership and Quality », Pew Reserch Center [En ligne] : <http://www.journalism.org/files/legacy/ownership.pdf> (page consultée en mars 2015)

Project for Excellence in Journalism (2004). « Local TV : Content Analysis », *State of the Media 2004*, Pew Reserch Center [En ligne] : <http://www.stateofthemedias.org/2004/local-tv-intro/content-analysis/> (page consultée en mars 2015)

Project for Excellence in Journalism (2010). «How News Happens, A Study of the News Ecosystem of One American City», *Journalism and Media*, Pew Research Center [En ligne] : <http://www.journalism.org/2010/01/11/how-news-happens/>

Project for Excellence in Journalism (2012). «The Master Character Narratives in Campaign 2012», Pew Research Center, 33 p. [En ligne] :

<http://www.journalism.org/files/legacy/Character%20Narratives.pdf>

Project for Excellence in Journalism (2013). «Lessons Learned About the Media from the 2012 Election», State of the News Media 2013, Pew Research Center, [En ligne] :

<http://www.stateofthemedias.org/2013/special-reports-landing-page/the-media-and-campaign-2012/>

Quandt , Thorsten (2008). « (No) news on the world wide web? », Journalism Studies, 9:5, [En ligne] : <http://dx.doi.org/10.1080/14616700802207664>, p. 7-738. (Page consultée le 2014-02-01)

Roberts, Eugene (1988). «In Praise of In-Depth Journalism», Nieman Reports, vol. XLII, no. 1, p. 6, 43.

Rosenstiel, Tom, Mark Jurkowitz et Tricia Santor (2012). «How the Media Covered the 2012 Primary Campaign», , Journalism, and Media, Pew Research Center [En ligne] : <http://www.journalism.org/2012/04/23/press-release-1/>

Rosentiel, Tom *et al.* (2011). « Non-Profit News : Assessing a New Landscape in Journalism», Journalism and Media, Pew Reserche Center, [En ligne] : <http://www.journalism.org/2011/07/18/about-study-2/> consultée en février 2015

Rosenstiel, Tom et Amy Mitchell (2004). « The Impact of Investing In Newsroom Resources ». Newspaper Research Journal, vol.25, no. 1, hiver, p.84-97.

Rosentiel, Tom *et al.* (2000). «Time of Peril for TV News», Special Report : local TV News, CRJ, p.89-99 [En ligne] : <http://www.journalism.org/files/legacy/2000complete.pdf> (page consultée en mars 2015)

Shapiro, Ivor, Patrizia Albanese et Leigh Doyle (2006). « What Makes Journalism "Excellent"? Criteria Identified by Judges in Two Leading Awards Programs», Canadian journal of communication, vol. 31, no. 2.

Tashakkori, A., et Teddlie, C. (2009). «The Fundamentals of Mixed Methods Research, in Foundations of Mixed Methods Research», Thousand Oaks, Sage Publications, 2009, p. 19-39.

Tremblay, Gaëtan, Michel Saint-Laurent, Armande Saint-Jean et Enrico Carontini. (1988). « La presse francophone québécoise et le discours de promotion », FPJQ, Montréal, 42 p.

Sigal, Leon (1986). « Who? Sources make the news », dans *Reading the news*, Pantheon, New York, p. 37.

Stromback, Jesper et Lynda L Kaid (2008). « Election news coverage around the world: A comparative perspective », dans Jesper Stromback et Lynda L. Kaid, *The handbook of election news coverage around the world*, New York, Routledge, p. 421-431.

Vasterman, Peter L. M. (2005). « Media-Hype. Self-Reinforcing News Waves, Journalistic

Standards and the Construction of Social Problems ». *European Journal of Communication*, vol. 20, no.4, pp.508–530.

Waisbord, Silvio (2001), « Why Democracy needs investigative journalism », *Media & Ethics*, US Department of State, vol. 6, n° 1, avril 2001, p. 15-19.

Weaver, David Hugh et G. Cleveland Wilhoit (1996), *The American Journalist in the 1990 s*, New Jersey, Lawrence Erlbaum, 299 p.

White, David Mannig (1950). The «Gate keeper» : A case study in the selection of news, dans *Journalism Quarterly*, p.383-390.

### **Acte de colloque**

Sup Park, C. (2012). How the media frame political corruption: episodic and thematic frames stories found in Illinois newspapers (dir.). *Ethics and Reform Symposium on Illinois Government*. Acte de colloque organisé par l'Union League Club Communication, les 27 et 28 septembre 2012, à Chicago, en Illinois, (pp. 26). Paul Simon Public Policy Institute

### **Articles de journaux**

Crevier, Guy (2015). « La Presse papier sera remplacée par La Presse+ du lundi au vendredi dès le 1er janvier », *La Presse*, 16 septembre, [En ligne] : <http://www.lapresse.ca/debats/mot-de-lediteur/201509/16/01-4901051-la-presse-papier-sera-remplacee-par-la-presse-du-lundi-au-vendredi-des-le-1er-janvier.php> (page consultée le 10 janvier 2016)



Gravel, Alain (2013). « Allégations de pots-de-vin : un candidat de Coderre se fait montrer la porte », *Radio-Canada*, [En ligne] : <http://ici.radio-canada.ca/sujet/Elections-Montreal-2013/2013/10/29/005-demission-robert-zambito-saint-leonard-allegations-equipe-denis-coderre.shtml> (page consultée le 10 décembre 2015)

Guimond, Josée (2010). « Québecor quitte le Conseil de presse », *Le Soleil*, 30 juin, [En ligne] : <http://www.lapresse.ca/le-soleil/actualites/societe/201006/29/01-4294320-quebecor-quitte-le-conseil-de-presse.php>

Lacy, Stephen (2005). « Newspapers can't cut their way back into Wall Street investors' hearts », *Grade the News*, [En ligne] : <http://www.gradethenews.org/commentaries/lacy.htm> (10 décembre 2015).

Leduc, Bernard (2013). « Gérald Tremblay : historique d'une démission », *Radio-Canada*, [En ligne] : <http://ici.radio-canada.ca/nouvelles/societe/2013/04/25/004-historique-demission-tremblay.shtml> (page consultée le 12 décembre 2015)

Lévesque, Kathleen (2007). « Compteurs d'eau - Conflit d'intérêts à propos d'un contrat de 355 millions », *Le Devoir*, 13 décembre, [En ligne] : [https://www.ceic.gouv.qc.ca/fileadmin/Fichiers\\_client/centre\\_documentaire/CEIC-R-2247.pdf](https://www.ceic.gouv.qc.ca/fileadmin/Fichiers_client/centre_documentaire/CEIC-R-2247.pdf) (page consultée le 10 décembre 2015)

Noël, André (2008). « Faubourg Contrecoeur: Montréal a vendu le terrain 1,6 million », *La Presse*, 29 novembre, [En ligne] : <http://www.lapresse.ca/actualites/montreal/200811/29/01-805572-faubourg-contrecoeur-montreal-a-vendu-le-terrain-16-million.php> (page consultée le 10 décembre 2015)

Normandin, Pierre-André (2013). « Bissonnet avec l'Équipe Coderre », *La Presse*, 10 août, p.A13.

Le Devoir (2013). « Élections municipales - Coderre rafle tous les élus de Saint-Léonard », *Le Devoir*, 10 août, p. A3.

Le Devoir (2013). « Feu vert au poste d'inspecteur général », *Le Devoir*, Montréal, 21 novembre, [En ligne] : <http://www.ledevoir.com/politique/montreal/393264/feu-vert-au-poste-d-inspecteur-general> (page consultée le 10 décembre 2015)

La Presse canadienne (2010). « Harper inquiète les journalistes », *Radio Canada*, 11 juin. [En ligne] : <http://www.radio-canada.ca/nouvelles/Politique/2010/06/10/006-harper-journalistes-controle.shtml>

La Presse Canadienne (2012). « Le long chemin vers une enquête sur la corruption », *Le Droit*, 17 décembre, [En ligne] : <http://www.droit-inc.com/article9137-Le-long-chemin-vers-une-enquete-sur-la-corruption> (page consultée le 10 décembre 2015)

La Presse canadienne (2013). « Élections municipales : le taux grimpe à 50 % », *La Presse*, 4 novembre. [En ligne] : <http://www.lapresse.ca/actualites/elections-municipales-2013/201311/04/01-4707071-elections-municipales-le-taux-de-participation-grimpe-a-50-.php>

La Presse canadienne (2009). « Québec lance l'escouade Marteau », *Radio-Canada*, [En ligne] : <http://ici.radio-canada.ca/nouvelles/politique/2009/10/22/001-construction-divers.shtml> (page consultée le 12 décembre 2015)

Radio-Canada (2013). « Applebaum démission et clame son innocence », *Radio-Canada*, [En ligne] : <http://ici.radio-canada.ca/nouvelles/societe/2013/06/18/006-michael-applebaum-demission-montreal.shtml> (page consultée le 12 décembre 2015)

TVA Nouvelles (2011). « Charest lance la Commission Charbonneau », *TVA Nouvelles*, [En ligne] : <http://www.tvanouvelles.ca/2011/10/19/charest-lance-la-commission-charbonneau> (page consultée le 12 décembre 2015)

#### Reportage télévisé

Denis, Marie-Maude et Alain Gravel (2009). « Scandale à la FTQ », *Enquête, Radio-Canada*, 5 mars, [En ligne] : <http://ici.radio-canada.ca/emissions/enquete/2008-2009/reportage.asp?idDoc=75874> (page consultée le 10 décembre 2015)

Denis, Marie-Maude et Alain Gravel (2009). « Collusion frontale: pratiques douteuses dans l'industrie de la construction », *Enquête, Radio-Canada*, 15 octobre, [En ligne] : <http://ici.radio-canada.ca/emissions/enquete/2009-2010/reportage.asp?idDoc=93395> (page consultée le 10 décembre 2015)

#### Communiqué de presse

Équipe Denis Coderre (2013). « Une "équipe dans l'équipe" : Denis Coderre présente ses candidats dans Saint-Léonard », *Équipe Denis Coderre*, 9 août.

## Sites internet

Centre d'étude sur les médias (2015). « Portrait de la propriété dans le secteur des quotidiens au Québec et au Canada », 8 p., [En ligne] : <http://www.cem.ulaval.ca/pdf/Concentrationquotidiens.pdf> (Page consultée le 2015-11-12)

Centre d'étude sur les médias (2015). « Québecor », [En ligne] : [http://www.cem.ulaval.ca/portraits\\_entreprises/QUEBECOR.html](http://www.cem.ulaval.ca/portraits_entreprises/QUEBECOR.html) (Page consultée le 11 décembre 2015)

Centre d'études sur les médias (2015). « Power Corporation », [En ligne] : [http://www.cem.ulaval.ca/portraits\\_entreprises/POWER.html](http://www.cem.ulaval.ca/portraits_entreprises/POWER.html) (Page consultée le 11 décembre 2015)

Centre d'études sur les médias (2015). « Transcontinental », [En ligne] : [http://www.cem.ulaval.ca/portraits\\_entreprises/TRANSCONTINENTAL.html](http://www.cem.ulaval.ca/portraits_entreprises/TRANSCONTINENTAL.html) (Page consultée le 11 décembre 2015)

Commission sur l'octroi et la gestion des contrats publics dans l'industrie de la construction (2015). « Accueil », [En ligne] : <https://www.ceic.gouv.qc.ca/> (Page consultée le 10 septembre 2015)

Conseil de presse du Québec (2016). « Le conseil : mission », [En ligne] : <http://conseildepresse.qc.ca/le-conseil/mission/> (Page consultée le 10 janvier 2016)

Directeur général des élections du Québec (DGEQ). « Élections municipales du 3 novembre 2013 : C'est aujourd'hui le début de la période électorale municipale au Québec », [En ligne] : <http://www.electionsquebec.qc.ca/francais/actualite-detail.php?id=5506> (Page consultée le 11 avril 2014)

Directeur général des élections du Québec (2013). « Information à l'intention des médias : Financement des partis politiques municipaux et des candidats indépendants et contrôle des dépenses électorales », [En ligne] : [file:///Users/rachel/Downloads/DGE-1093-VF%20\(1\).pdf](file:///Users/rachel/Downloads/DGE-1093-VF%20(1).pdf) (Page consultée le 11 avril 2014)

Journal de Montréal (2015). « kit média 2015-2016, édition papier », [En ligne] : [http://mediakit.quebecormedia.com/wp-content/uploads/2014/09/JMTL\\_KitMedia\\_FR\\_Edition\\_Papier\\_FINAL.pdf](http://mediakit.quebecormedia.com/wp-content/uploads/2014/09/JMTL_KitMedia_FR_Edition_Papier_FINAL.pdf) (Page



consultée le 11 décembre 2015)

Le Devoir. « À propos », [En ligne] : <http://www.ledevoir.com/le-devoir/le-devoir>  
Page consultée le 11 décembre 2015)

Métro (2013). « Kit média Montréal », [En ligne] :  
[https://journalmetrocom.files.wordpress.com/2013/05/metro\\_kit-media\\_mars\\_2013.pdf](https://journalmetrocom.files.wordpress.com/2013/05/metro_kit-media_mars_2013.pdf) (Page consultée le 11 décembre 2015)

Répertoire du patrimoine culturel du Québec. « La Presse », [En ligne] :  
<http://www.patrimoine-culturel.gouv.qc.ca/rpcq/detail.do?methode=consulter&id=9347&type=pge#.Vk9isd8vfdQ> (Page consultée le 11 décembre 2015)

#### Articles de loi

Canada (2000). *Loi électorale du Canada*. LC, c a. 319 à 348

Canada (1991), *Loi sur la radiodiffusion*. LC, c a. 10

Québec (1987). *Loi sur les élections et les référendums dans les municipalités*. LQ, c. 57, a. 442

#### Guides de déontologie

Conseil de presse du Québec (2015). Guide de déontologie journalistique du Conseil de presse du Québec, [En ligne] : [http://conseildepresse.qc.ca/wp-content/uploads/2015/08/Guide-de-d%C3%A9ontologie-journalistique\\_CPQ.pdf](http://conseildepresse.qc.ca/wp-content/uploads/2015/08/Guide-de-d%C3%A9ontologie-journalistique_CPQ.pdf)  
(Page consultée le 10 janvier 2016)

Conseil de presse du Québec (2003). Droits et responsabilités de la presse. p.16.  
[En ligne] : [http://conseildepresse.qc.ca/wp-content/uploads/2011/06/droits-responsabilites-de-la-presse\\_fr.pdf](http://conseildepresse.qc.ca/wp-content/uploads/2011/06/droits-responsabilites-de-la-presse_fr.pdf) (Page consultée le 11 mars 2014)

Directeur général des élections du Québec (2013). Information à l'intention des médias : Financement des partis politiques municipaux et des candidats

indépendants et contrôle des dépenses électorales. p.8, [En ligne] : <http://www.electionsquebec.qc.ca/francais/municipal/medias/financement-et-depenses-electorales.php?n=3> (Page consulté le 1er décembre 2014)

Fédération des journalistes du Québec (2010). Guide de déontologie des journalistes du Québec, [En ligne] : <http://www.fpjq.org/index.php?id=82> (Page consultée le 11 mars 2014)

National Public Radio (2015). This is NPR and these are the standards of our journalism, [En ligne] : <http://ethics.npr.org/> (Page consultée le 1er décembre 2014)

Société Radio-Canada (2010), « Normes et pratiques journalistiques », 42 p.

Society of Profession journalists. « Code of Ethics », [En ligne] : <https://www.spj.org/pdf/ethicscode.pdf> (Page consultée le 1er décembre 2014)

## MÉDIAGRAPHIE (Notre corpus)

### Le Devoir

Bourgault-Côté, Guillaume (2013). « L'UPAC soupçonne Applebaum d'avoir été au cœur d'un vaste système frauduleux », *Le Devoir*, 4 octobre, p.A3.

Bourgault-Côté, Guillaume et Karl Rettino-Parazelli (2013). « Élections municipales - Appels robotisés: Marcel Côté incité à partir », *Le Devoir*, 11 octobre, p.A1.

Bourgault-Côté, Guillaume (2013). « Intégrité - Un coup dur pour Coderre », *Le Devoir*, 30 octobre, p.A1.

Corriveau, Jeanne et Marco Fortier (2013). « Construction DJL mis à l'amende par le DGEQ pour un stratagème de prête-noms », *Le Devoir*, 14 septembre, p.A3.

Corriveau, Jeanne (2013). « Un candidat de Marcel Côté est forcé de se retirer : Francesco Ierfino aurait appuyé un membre de la mafia », *Le Devoir*, 14 septembre, p.A3.

Corriveau, Jeanne (2013). « Élections municipales - Coderre veut "nettoyer" l'Hôtel de Ville », *Le Devoir*, 21 septembre, p.A4.

Corriveau, Jeanne (2013). « Coderre embauche Yves Dupré », *Le Devoir*, 2 octobre, p.A1.

Corriveau, Jeanne (2013). « Montréal - Les entreprises qui lorgnent les contrats de plus de 100 000 \$ devront être accréditées », *Le Devoir*, 5 octobre, p.A2.

Corriveau, Jeanne (2013). « Élections municipales - Coderre veut un inspecteur général pour Montréal », *Le Devoir*, 8 octobre, p.A4.

Corriveau, Jeanne (2013). « Richard Bergeron au Devoir - Jouer le tout pour le tout », *Le Devoir*, 9 octobre, p.A1.

Corriveau, Jeanne (2013). « Appels d'offres : la promesse de Côté est irréaliste, disent les cols bleus », *Le Devoir*, 16 octobre, p.A5.

Corriveau, Jeanne (2013). « Marcel Côté au Devoir - Soigner Montréal », *Le Devoir*, 19 octobre, p.A1.



- Corriveau, Jeanne (2013). « Élections municipales - À la chasse aux candidats douteux », *Le Devoir*, 1 novembre, p.A3.
- Corriveau, Jeanne (2013). « Denis Coderre - Le pari du “petit gars de Montréal-Nord” », *Le Devoir*, 2 novembre, p.A7.
- Corriveau, Jeanne (2013). « Union Montréal aurait détourné des fonds publics pour éponger une dette », *Le Devoir*, 13 novembre, p.A5.
- Fortier, Marco (2013). « Mélanie Joly s’inspire de New York pour lutter contre la corruption », *Le Devoir*, 19 septembre, p.A3.
- Fortier, Marco (2013). « Collusion: les entreprises vont devoir rembourser », *Le Devoir*, 18 octobre, p.A1.
- Fortier, Marco (2013). « Engouement pour les élections : “La campagne la plus importante des 25 dernières années” », *Le Devoir*, 21 septembre, p.A1.
- Fortier, Marco et Mélanie Loisel (2013). « Le chef de Projet Montréal dénonce les “coups vicieux” », *Le Devoir*, 7 octobre, p.A3.
- Loisel, Mélanie (2013). « Coderre sommé de s’expliquer sur ses liens avec Eddy Brandone », *Le Devoir*, 23 septembre, p.
- Loisel, Mélanie (2013). « Plainte au SPVM - Projet Montréal rejette les allégations », *Le Devoir*, 5 octobre, p.A2.
- Loisel, Mélanie (2013). « Élections municipales - Quatre candidats sur un plateau », *Le Devoir*, 21 octobre, p.A4.
- Myles, Brian (2013). « Jean-Guy Gagnon au Devoir - Le ménage n’est pas terminé dans la construction », *Le Devoir*, 18 septembre, p.A1.
- Myles, Brian (2013). « Commission Charbonneau - La maçonnerie n’a pas été épargnée par la collusion, selon Paul Sauvé », *Le Devoir*, 24 octobre, p.A1.
- Nadeau, Jessica (2013). « Subvention controversée - L’église Saint-James se défend », *Le Devoir*, 27 septembre, A4.
- Nadeau, Jessica (2013). « Une vidéo “dégradante” pour la communauté italienne », *Le Devoir*, 4 octobre, p.A3.
- Rettino-Parazelli, Karl (2013). « Projet Montréal veut une ville “exemplaire” », *Le Devoir*, 26 septembre, A2.

Rettino-Parazelli, Karl (2013). « Rudy Giuliani livre sa recette aux candidats montréalais », *Le Devoir*, 26 octobre, p.A10.

Rettino-Parazelli, Karl (2013). « L'intégrité reste au cœur des débats », *Le Devoir*, 31 octobre, p.A5.

Shield, Alexandre (2013). « Une "révolution tranquille" pour Montréal : Marcel Côté présente sa plateforme électorale visant à transformer la gestion de la Ville », *Le Devoir*, 16 septembre, p.A3.

## Le Métro

Chaumont, Julie (2013). « Un Montréalais engagé », *Métro*, 3 octobre, p.41.

Foisy, Philippe- Vincent (2013). « Débat sur les ménages, l'intégrité et le transport », *Métro*, 10 octobre, p.3.

Foisy, Philippe-Vincent (2013). « Démission : Bergeron, Côté et Joly dénoncent l'Équipe Denis Coderre », *Métro*, 30 octobre, p.8.

Hacker-B., Daphnée (2013). « Richard Bergeron lance un ultimatum à ses adversaires », *Métro*, 19 septembre, p.13.

Hacker-B., Daphnée (2013). « Financement : Coderre sommé de divulguer de récents dons », *Métro*, 31 octobre, p.6.

Houde-Roy, Laurence (2013). « Élections municipales 2013: les candidats à la mairie défendent leur intégrité », *Métro*, 21 octobre, p.4.

Léouzon, Roxane (2013). « Mélanie Joly retire son appui à Bibiane Bovet », *Métro*, 21 octobre, p.1.

Léouzon, Roxane (2013). « Enrayer la corruption, selon trois candidats », *Métro*, 24 octobre, p.3.

Marchal, Mathias (2013). « Marcel Côté veut revoir la gouvernance montréalaise », *Métro*, 19 septembre, p.12.

Marchal, Mathias (2013). « Projet Montréal: Bergeron veut encore plus d'éthique », *Métro*, 25 octobre, p.6.

Métro (2013). « Encore plus de soupçons contre Applebaum », *Métro*, 4 octobre, p.1.

Métro (2013). « Hôtel de ville: un contrat touché par la collusion », *Métro*, 24 octobre, p.6.

Métro (2013). « Union Montréal aurait fait de la fausse facturation », *Métro*, 13 novembre, p.3.

Shaffer, Marie-Ève (2013). « Deux fois plus de partis politiques au municipal depuis quatre ans », *Métro*, 13 septembre, p.6.

Shaffer, Marie-Ève (2013). « Coderre nie avoir conclu une entente secrète avec la FTQ », *Métro*, 24 septembre, p.4.

Shaffer, Marie-Ève (2013). « Corruption. Le DGEQ prêt à signer l'arrêt de mort d'Union Montréal », *Métro*, 26 septembre, p.7.

Shaffer, Marie-Ève (2013). « L'ancien président d'Octane Stratégies avec Coderre », *Métro*, 2 octobre, p.6.

Shaffer, Marie-Ève (2013). « Coderre veut un inspecteur général pour Montréal », *Métro*, 8 octobre, p.6.

Yates, Jeff (2013). « L'éthique au cœur de la plateforme de Marcel Côté », *Métro*, 16 septembre, p.3.

Yates, Jeff (2013). « Michel Brûlé : Pour une ville simplifiée », *Métro*, 19 septembre, p.12.

Yates, Jeff (2013). « Le DGEQ veut limiter le financement occulte », *Métro*, 4 octobre, p.3.

Yates, Jeff (2013). « Élections municipales 2013: les appels robotisés créent la bisbille », *Métro*, 11 octobre, p.3.

Yates, Jeff (2013). « Cinq plaintes portées contre Marcel Côté », *Métro*, 11 octobre, p.1.

Yates, Jeff (2013). « Les élections devant la charte dans les médias », *Métro*, 29 octobre, p.5.



Yates, Jeff (2013). « Élections municipales 2013 : la corruption resurgit », *Métro*, 30 octobre, p.3.

#### Le Journal de Montréal

Archambault, Héloïse (2013). « La majorité des ex d'Union Montréal élus avec Coderre », *Journal de Montréal*, 5 novembre, p.6.

Aubin, Benoît (2013). « Marcel Côté : "mon message n'est pas sexy" », *Journal de Montréal*, 12 octobre, p.48-49.

Aubin, Benoît (2013). « Corruption : « tout le monde savait », *Journal de Montréal*, 26 octobre, p.49.

Agence QMI (2013). « Prête-Noms: le DGE dépose 37 constats d'infraction », *Journal de Montréal*, 14 septembre, p.32.

Agence QMI (2013). « Coderre se sépare d'un candidat », *Journal de Montréal*, 28 septembre, p.10.

Agence QMI (2013). « Un ménage s'impose, selon Copeman », *Journal de Montréal*, 5 octobre, p.29.

Agence QMI (2013). « L'Équipe Coderre a fait près de 450 000 appels », *Journal de Montréal*, 12 octobre, p.7.

Agence QMI (2013). « Coderre taxe Bergeron "d'anti-voiture" », *Journal de Montréal*, 29 octobre, p.9.

Agence QMI (2013). « Coderre contraint de défendre l'intégrité de son équipe », *Journal de Montréal*, 30 octobre, p.10.

Agence QMI (2013). « Un candidat de Denis Coderre démissionne », *Journal de Montréal*, 30 octobre, p.10.

Bélisle, Sarah (2013). « Commission Charbonneau : 16 maires veulent être réélus malgré les allégations », *Journal de Montréal*, 23 septembre, p.4-5.

Bélisle, Sarah (2013). « Commission Charbonneau : des zones plus troubles que d'autres », *Journal de Montréal*, 24 septembre, p.10-11.

Bélisle, Sarah (2013). « Un passé frauduleur : le candidat à la mairie Danier Fournier en cour pour une infraction électorale », *Journal de Montréal*, 27 septembre, p.5.

Bélisle, Sarah (2013). « La mafia a tenté de soutirer de l'argent à Paul Sauvé », *Journal de Montréal*, 24 octobre, p.12.

Bouthiller, Christine (2013). « Coderre refuse d'être associé à Charpentier », *Journal de Montréal*, 29 septembre, p.18.

Bouthiller, Christine (2013). « Des coups vicieux ont commencé à pleuvoir : le parti Projet Montréal aurait déjà eu affaire à l'individu qui a déposé une plainte contre lui », *Journal de Montréal*, 7 octobre, p.8.

Caron, Régis (Bureau parlementaire) et Étienne Laberge (Agence QMI) (2013). « Duchesneau intéressé à être le "chien de garde" de Montréal », *Journal de Montréal*, 6 novembre, p. 27.

Fortin, Jean-Louis (Bureau d'enquête) (2013). « L'UPAC cible une dizaine de projets : L'ex-maire Michael Applebaum serait au cœur d'un vaste stratagème de corruption », *Journal de Montréal*, 4 octobre, p.4-5.

Fortin, Jean-Louis (Bureau d'enquête) (2013). « Orgie de dépenses aux Hélène-de-Champlain : le célèbre restaurant est placardé après un projet de rénovation qui sent mauvais », *Journal de Montréal*, 19 octobre, p.4-6.

Fortin, Jean-Louis (Bureau d'enquête) (2013). « Des fonds publics auraient été détournés : Union Montréal dans la mire de l'UPAC concernant les élections municipales de 2001 », *Journal de Montréal*, 13 novembre, p.9.

Gagné, Marie-Pier (2013). « Denis Coderre nie catégoriquement : un ancien dirigeant de la FTQ affirme avoir été manipulé et dupé par l'ex-député libéral en 2000 », *Journal de Montréal*, 23 septembre, p.8.

Gagné, Marie-Pier (2013). « Les citoyens ne veulent pas une ex-escorte », *Journal de Montréal*, 20 octobre, p.11.

Gagné, Marie-Pier (2013). « Joly admet son erreur et écarte l'ex-escorte », *Journal de Montréal*, 21 octobre, p.2.

Geoffroy, Geneviève (2013). « Les électeurs de Montréal veulent du changement », *Journal de Montréal*, 28 octobre, p.9.

Jean, Michel (Agence QMI) (2013). « La lutte à la corruption retarde les travaux », *Journal de Montréal*, 23 octobre, p.11.

Laberge, Étienne (Agence QMI) (2013). « Élections municipales : la campagne est commencée », *Journal de Montréal*, 21 septembre, p.27.

Blanchet, Jean-Nicolas (Bureau d'enquête) (2013). « Exclusif: Ils blâment les libéraux pour tout », *Journal de Montréal*, 22 septembre, p.2-3.

Laberge, Étienne (Agence QMI) (2013). « Denis Coderre fait volte-face », *Journal de Montréal*, 26 septembre, p.30.

Laberge, Étienne (Agence QMI) (2013). « Montréal exige des contracteurs intègres », *Journal de Montréal*, 5 octobre, p.28.

Laberge, Étienne (Agence QMI) (2013). « Coderre veut créer un poste d'inspecteur général », *Journal de Montréal*, 8 octobre, p.16.

Laurin-Desjardins, Camille (2013). « Hélène-de-Champlain : Les candidats outrés par les coûts astronomiques », *Journal de Montréal*, 20 octobre, p.11.

Laurin-Desjardins, Camille (2013). « "Ce n'est pas vrai" : Le DG de la Ville fait retirer un panneau publicitaire de l'humoriste Guy Nantel », *Journal de Montréal*, 7 novembre, p.3.

Bélisle, Sarah (2013). « Pas un territoire corrompu Repentigny? Vraiment? », *Journal de Montréal*, 8 novembre, p.9.

Lefebvre, Sarah-Maude (2013). « Allégations reliées à la mafia : un candidat de Côté quitte la course », *Journal de Montréal*, 14 septembre, p.14.

Lefebvre, Sarah-Maude (2013). « Le nouveau directeur des communications de Coderre critiqué », *Journal de Montréal*, 2 octobre, p.15.

Lefebvre, Sarah-Maude (2013). « Exclusif : une candidate criblée de dettes », *Journal de Montréal*, 12 octobre, p.5,

Lefebvre, Sarah-Maude (2013). « Des candidats craintifs », *Journal de Montréal*, 16 octobre, p.11.

Lefebvre, Sarah-Maude (2013). « Joly et Bergeron prêts à dévoiler leurs dépenses », *Journal de Montréal*, 16 octobre, p.11.



Lefebvre, Sarah-Maude (2013). « Élections /Montréal : Escorte dans l'équipe Joly, ses opposants crient à l'amateurisme », *Journal de Montréal*, 19 octobre, p.22.

Lefebvre, Sarah-Maude (2013). « "Mélanie Joly m'a trahie", dit Bovet: l'affaire de l'ex-escorte ne nuira pas à la campagne de Joly, selon des experts », *Journal de Montréal*, 22 octobre, p.9.

Lefebvre, Sarah-Maude (2013). « Un organisateur de Côté a enfreint la loi électorale : il a plaidé coupable pour avoir émis de fausses factures pour un candidat de l'ADQ », *Journal de Montréal*, 30 octobre, p.11.

Lefebvre, Sarah-Maude (2013). « Un candidat dans la mire de l'Autorité des marchés financiers », *Journal de Montréal*, 31 octobre, p.17.

Marsan, Jean-Sébastien (Agence QMI) (2013). « "Amnistie" offerte aux entreprises: Changement pour Montréal veut offrir une seconde chance aux coupables de corruption », *Journal de Montréal*, 5 octobre, p.51.

McIntosh, Andrew (2013). « Toursime Montréal dans la mire : le Vérificateur général enquête sur les dépenses et la gestion de l'organisme », *Journal de Montréal*, 5 novembre, p.10.

Sauves, Ewan (Agence QMI) (2013). « Marcel Côté a voté pour Tremblay en 2009 », *Journal de Montréal*, 4 octobre, p.11.

Sauves, Ewan (Agence QMI) (2013). « Côté prend le blâme des attaques contre Bergeron », *Journal de Montréal*, 11 octobre, p.20.

Thibault, Eric (2013). « Réélus malgré la commission », *Journal de Montréal*, 4 novembre, p.14.

## La Presse

Blais, Annabelle (2013). « Le SPVM devra attendre pour l'achat de son bateau », *La Presse*, 11 novembre, p.A12-A13.

Benessaïeh, Karim (2013). « Travaux publics: Montréal pourrait écarter les entrepreneurs au rendement insatisfaisant », *La Presse*, 13 septembre, p.A10.

Benessaieh, Karim (2013). « Appui à un mafioso: un candidat de Marcel Côté se retire », 14 septembre, p.A12.

Benessaieh, Karim (2013). « Éthique et décisions: Marcel Côté promet une réforme des "fondations" », *La Presse*, 19 septembre, p.A22.

Benessaieh, Karim (2013). « Durcissement de la loi sur l'intégrité: L'étau se resserre sur les "entreprises voyous" », 5 octobre, p.A14.

Benessaieh, Karim et Vincent Brousseau-Pouliot (2013). « Élection municipale 2013 : Coderre a utilisé les appels automatisés », *La Presse*, 12 octobre, p.A10.

Benessaieh, Karim (2013). « Corruption: Marcel Côté se donne un an pour faire le ménage », *La Presse*, 26 octobre, p.A8.

Benessaieh, Karim (2013). « Face-à-face à LCN: Bergeron tape sur le clou de l'intégrité », *La Presse*, 29 octobre, p.A9.

Benessaieh, Karim et Tommy Chouinard (2013). « Québec : le chaud et le froid », 5 novembre, p.A5.

Brousseau-Pouliot, Vincent (2013). « Les candidats misent sur la transparence », *La Presse*, 23 octobre, p.A2.

Brousseau-Pouliot, Vincent (2013). « Le débat Zambito : la démission du candidat de l'Équipe Coderre a monopolisé les échanges hier », *La Presse*, 30 octobre, p.A13.

Brousseau-Pouliot, Vincent (2013). « Mairie : Joly ne travaillerait pas avec les anciens d'Union Montréal », *La Presse*, 2 novembre, p.A7.

Cameron, Daphné (2013). « Côté prend le blâme pour les appels automatisés contre Bergeron », *La Presse*, 11 octobre, p.A3.

Cameron, Daphné (2013). « Professionnels à la Ville: Côté promet un fonds de 10 millions pour renforcer l'expertise interne », *La Presse*, 23 octobre, p.A16.

Cameron, Daphné (2013). « un "filtre Coderre" pour l'intégrité », *La Presse*, 25 octobre, p.A6.

Cameron, Daphné (2013). « Le ton monte entre les candidats », *La Presse*, 29 octobre, p.A9.

Cameron, Daphné et Hugo Pilon-Larose (2013). « Face à face électoraux: confrontations musclées sur l'intégrité », *La Presse*, 31 octobre, p.A5.

De Pierrebourg, Fabrice (2013). « Financement politique: Des débardeurs auraient servi de prête-noms », *La Presse*, 2 octobre, p.A5.

De Pierrebourg, Fabrice (2013). « Francesco Bruno confond l'AMF », *La Presse*, 15 octobre, p.A11.

Journet, Paul et Daphné Cameron (2013). « Duchesneau et Ouellette : pas d'appui officiel à Coderre », *La Presse*, 1 novembre, p.A5.

Journet, Paul et Daphné Cameron (2013). « Inspecteur général de Montréal: Duchesneau convoite le poste », *La Presse*, 6 novembre, p.A17.

Laroque, Sylvain (2013). « Registre des entreprises autorisées de l'AMF: des entreprises se retirent du processus », *La Presse*, 18 septembre, Affaires p.10.

Larouche, Vincent, Fabrice De Pierrebourg et Kathleen Lévesque (2013). « Au cœur d'un système de corruption : L'UPAC croit que Michael Applebaum était impliqué dans un vaste stratagème pour obtenir des pots-de- vin », *La Presse*, 4 octobre, p.A6.

Larouche, Vincent (2013). « Une liste de dirigeants à solliciter », *La Presse*, 19 octobre, p.A6.

Larouche, Vincent (2013). « Commission Charbonneau: la mafia et ses proches disaient pouvoir influencer la Ville », *La Presse*, 24 octobre, p.A3.

Larouche, Vincent et Fabrice De Pierrebourg (2013). « Michel Bissonnet, de l'équipe Coderre : un candidat-vedette aux amitiés embarrassantes », *La Presse*, 31 octobre, p.

Larouche, Vincent et Fabrice De Pierrebourg (2013). « Michel Bissonnet à une Fête chez les Catania : la proximité de l'entreprise avec la mafia était déjà connue », *La Presse*, 1<sup>er</sup> novembre, p.A2.

La Presse (2013). « Les réactions des candidats à la mairie », *La Presse*, 1 novembre, p.A5.

Lessard, Denis (2013). « Denis Dolbec, nouveau chef de cabinet du maire de Montréal : "un allié extraordinaire pour Coderre" », *La Presse*, 5 novembre, p.A10.

Lévesque, Kathleen (2013). « L'UPAC réfléchit à son avenir », *La Presse*, 18 septembre, p.A8.



Lévesque, Kathleen et Philippe Teisceira-Lessard (2013). "Un rapport embarrassant refait surface après 14 ans : les noms de Coderre, Gobé et Maranda cités dans une enquête sur du financement politique", *La Presse*, 1 novembre, p.A8.

Lévesque, Kathleen (2013). "La police se penche sur une plainte contre Projet Montréal", *La Presse*, 5 octobre, p.A2.

Normandin, Pierre-André (2013). "Monde municipal Collusion et corruption: cinq ingénieurs devant leur conseil de discipline", *La Presse*, 11 septembre, p.A13.

Normandin, Pierre-André (2013). "Faux extras : Montréal poursuit deux ingénieurs", *La Presse*, 30 septembre, p.A10.

Normandin, Pierre-André (2013). "Exclusif: Québec resserrera les mailles de la Loi sur l'intégrité", *La Presse*, 4 octobre, p.A8.

Ricard-Châtelain, Baptiste (2013). "Menaces, voies de faits, voire pire: le crime organisé gangrène la construction, selon le conseiller spécial aux enquêtes de la CCQ", *La Presse*, 18 septembre, p.A10.

Sarrazin, Sylvain (2013). "Intégrité Montréal: Brûlé présente une équipe", *La Presse*, 19 septembre, p.A23.

Teisceira-Lessard, Philippe (2013). "Prête-noms: des dirigeants de la firme DJL épinglés", *La Presse*, 14 septembre, p.A12.

Teisceira-Lessard, Philippe, Marie Bernier et Hugo Pilon-Larose (2013). "Candidate du groupe Mélanie Joly: d'escorte à candidate", *La Presse*, 18 octobre, p. A2.

Teisceira-Lessard, Philippe, Vincent Brousseau-Pouliot, Jasmin Lavoie et Karim Benessaïeh (2013). "Sollicitation pour un projet d'investissement: l'AMF a Bibiane Bovet à l'œil", *La Presse*, 19 octobre, p.A14.

Teisceira-Lessard, Philippe (2013). "'Une erreur de bonne foi' : les soupçons de l'AMF ont convaincu Mélanie Joly de montrer la porte à Bibiane Bovet", *La Presse*, 21 octobre, p.A5.